

**STADT – FRAU – AMERIKA.
Zum Modernisierungsdiskurs im deutschen und
tschechischen Feuilleton von 1918 bis 1938.**

Dissertation

zur Erlangung des akademischen Grades
doctor philosophiae (Dr. phil.)

eingereicht an der Philosophischen Fakultät II
der Humboldt-Universität zu Berlin

von M. A. Blanka Mongu

Dekan der Philosophischen Fakultät II:
Prof. Michael Kämper-van den Boogaart

Gutachter: 1. Prof. Dr. Erhard Schütz

2. PD Dr. habil. Julia Bertschik

Datum der Promotion: 8.12.2010

Für meine Eltern und für G. W.

Danksagung

An erster Stelle gilt mein Dank meinem Doktorvater Prof. Dr. Erhard Schütz, der mir mit geduldigem Verständnis, wertvollen Ratschlägen und tatkräftiger Unterstützung zur Seite stand. Bei meiner Zweitgutachterin PD Dr. habil. Julia Bertschik möchte ich mich für ihre gedanklichen Anregungen, hilfreiche Unterstützung und ihre Korrekturhilfe bedanken.

Besonders dankbar bin ich Katarína Motyková für ihr aufrichtiges Interesse, ihre geduldige und optimistische Art, die gemeinsamen Gespräche und immer wieder notwendigen Ermunterungen. Ich danke auch meiner Familie und Gunde Wachendorfer für ihr Vertrauen. Des Weiteren danke ich meinen Freunden, die an mir nicht zweifelten.

Für freundliche Unterstützung möchte ich mich weiterhin bei Prof. PhDr. Peter Zajac, DrSc., Prof. Dr. i.R. Günter H. Lenz, Prof. em. Dr. Heinz Ickstadt, Prof. PhDr. Dagmar Mocná, CSc., Doc. PhDr. Barbara Köplová, Prof. PhDr. Jiří Holý, DrSc., PhDr. Blanka Hemelíková und Dr. Jeanette Fabian bedanken. Frau PD Dr. phil. habil. Sabine Eickenrodt danke ich für ihre Korrekturhilfe.

Weiterhin gilt mein Dank den Mitarbeitern folgender Institutionen:

Staatsbibliothek zu Berlin, Bundesarchiv in Berlin, Kunstbibliothek der Staatlichen Museen zu Berlin, Berliner Stadtbibliothek, Národní knihovna in Prag und Univerzitná knižnica in Bratislava.

Alle nachfolgenden Abbildungen stammen aus den Beständen der Kunstbibliothek der Staatlichen Museen zu Berlin sowie der Univerzitná knižnica in Bratislava.

Die Dissertation wurde durch ein Promotionsstipendium des Berliner Programms zur Förderung der Chancengleichheit für Frauen in Forschung und Lehre der Humboldt-Universität zu Berlin gefördert.

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG.....	8
1 DAS FEUILLETON ALS MEDIALES DISKURSFELD AM BEISPIEL DES BERLINER TAGEBLATTS VON 1918 BIS 1938.....	18
1.1 STAND DER FEUILLETONFORSCHUNG	20
1.2 ZUR BEGRÜNDUNG DER QUELLEN AUSWAHL.....	24
1.3 DIE DEUTSCHE PRESSELANDSCHAFT DER 1920ER-JAHRE	29
1.3.1 <i>Der Reporter und die Reportage</i>	31
1.3.2 <i>Das Feuilleton als Reiseführer durch die imaginierte Stadt</i>	32
1.3.3 <i>Das Feuilleton der 1920er-Jahre</i>	35
1.4 DAS FEUILLETON DES <i>BERLINER TAGEBLATTS</i> VON 1918 BIS 1933.....	37
1.5 DAS FEUILLETON DES <i>BERLINER TAGEBLATTS</i> VON 1933 BIS 1938.....	38
2 DER AMERIKA-DISKURS ALS BESTANDTEIL DES MODERNISIERUNGSDISKURSES IN DER WEIMARER REPUBLIK	41
2.1 DER AMERIKA-DISKURS VOR 1918.....	43
2.1.1 <i>Der Amerika-Diskurs in der Weimarer Republik</i>	47
2.1.2 <i>Der Amerika-Diskurs von 1933 bis 1938</i>	49
2.2 MODERNE MASSEN MEDIEN: AMERIKA IM KINO.....	50
2.3 <i>AMERIKANISIERUNG</i> DES DEUTSCHEN ZEITUNGSMARKTS	53
2.4 DIE PERZEPTION AMERIKAS IM DEUTSCHEN FEUILLETON DER 1920ER-JAHRE	56
2.4.1 <i>Der wirtschaftliche Amerikanismus</i>	58
2.4.2 <i>Der geistige Amerikanismus</i>	61
2.5 DIE MODERNE AMERIKANISCHE KULTUR = EINE MASSENKULTUR?.....	62
2.6 AMERIKA ALS ZUKUNFTSVISION AM BEISPIEL DES KULTURDISKURSES.....	67
2.7 DAS AMBIVALENTE BILD DES AMERIKANERS IM DEUTSCHEN FEUILLETON	70
3 BERLIN, DAS „NEW YORK ALT-EUROPAS“	73
3.1 DIE GROSSTADT ALS ZENTRUM DER MODERNEN URBANEN KULTUR	76
3.2 BERLIN, DIE VERGNÜGUNGS METROPOLE – EIN STÜCK „ <i>AMERIKANISCHER KULTUR VERSUCHSWEISE</i> “	79
3.3 SPORT – DER KULTURELLE VERMITTLER AMERIKANISCHER VERHALTENSWEISEN 82	
3.4 PARALLELEN ZWISCHEN NEW YORK UND BERLIN UM 1900.....	87
3.5 DIE DARSTELLUNG NEW YORKS UND BERLINS IM FEUILLETON DES <i>BERLINER TAGEBLATTS</i> VON 1918 BIS 1933 IM VERGLEICH	89

3.5.1	<i>Der Berliner Großstadtverkehr</i>	91
3.5.2	<i>Die deutsche Hochhausdebatte – der Wolkenkratzer als Symbol der modernen amerikanischen Großstadt</i>	93
3.6	BERLIN – DAS „ <i>NEW YORK ALT-EUROPAS</i> “	96
3.7	DIE „ <i>REICHSHAUPTSTADT</i> “ BERLIN IM FEUILLETON VON 1933 BIS 1938.....	100
3.8	DAS BILD NEW YORKS IM FEUILLETON VON 1933 BIS 1938.....	103
3.9	BERLIN – EINE WELTSTADT?	105
4	DIE <i>NEUE FRAU</i> IM DEUTSCHEN FEUILLETON ALS INNBEGRIFF DER MODERNITÄT DER WEIMARER REPUBLIK	108
4.1	NEUE MÖGLICHKEITEN, NEUE WEGE – DIE GROßSTADT ALS ZENTRUM DER FRAUENEMANZIPATION	109
4.2	DIE <i>NEUE FRAU</i> – EIN INSZENIERTER TYPUS?	112
4.3	DIE ROLLE DER MODEPUBLIZISTIK BEI DER POPULARISIERUNG VON MODERNEN WEIBLICHKEITSBILDERN.....	115
4.4	REPRÄSENTATIVE ZEITSCHRIFTEN: <i>DIE DAME</i> UND <i>DIE NEUE LINIE</i>	117
4.4.1	<i>Die Dame von 1918 bis 1933</i>	119
4.4.2	<i>Die neue linie von 1929 bis 1933</i>	121
4.4.3	<i>Die Dame und die neue linie im Vergleich</i>	123
4.5	DER DISKURS ÜBER DIE <i>NEUE FRAU</i>	124
4.5.1	<i>Die Angestellte als Prototyp der Neuen Frau</i>	126
4.6	DIE NEUE „ <i>LINIE DER MODE</i> “	129
4.7	DIE SACHLICHE FRAU.....	132
4.8	DIE JUNGGESELLIN.....	133
4.9	„ <i>TAGSÜBER BERUFSTÄTIG UND ABENDS TANZBEREIT</i> “ – FREIZEITGESTALTUNG ALS AUSDRUCK MODERNER LEBENSWEISE	135
4.10	DIE FRAU UND DAS AUTOMOBIL.....	137
5	<i>AMERIKANISIERTE</i> = FEMINISIERTE GESELLSCHAFT? ZUR WAHRNEHMUNG UND DARSTELLUNG DER AMERIKANERIN IM DEUTSCHEN FEUILLETON VON 1918 BIS 1938.....	140
5.1	DIE <i>NEUE FRAU</i> EIN <i>MANNWEIB</i> ? VON DER VERMÄNNLICHUNG DER FRAU.....	141
5.2	DAS <i>GIRL</i>	142
5.3	DIE GEISTIGE FRAU	144
5.4	FEMINISIERUNG DES MANNES.....	145
5.5	DER EHDISKURS	147
5.6	DIE AMERIKANERIN ALS PROTOTYP DER EMANZIPIERTEN FRAU.....	148

5.7	DAS BILD DER AMERIKANERIN IN DEN ZEITSCHRIFTEN <i>DIE DAME</i> UND <i>DIE NEUE LINIE</i> SOWIE IM <i>BERLINER TAGEBLATT</i> VON 1918 BIS 1933	151
5.7.1	<i>Die Self-Made-Beauty</i>	153
5.7.2	<i>Amerikanische Frauentypen</i>	155
5.8	DAS BILD DER AMERIKANERIN IN DEN ZEITSCHRIFTEN <i>DIE DAME</i> UND <i>DIE NEUE LINIE</i> SOWIE IM <i>BERLINER TAGEBLATT</i> VON 1933 BIS 1938	157
5.8.1	<i>Deutsche und US-amerikanische Hausfrauen im Vergleich. Die neue Haushaltsführung als Ausdruck von Modernität</i>	161
5.9	DIE <i>NEUE FRAU</i> UND DIE AMERIKANERIN IM VERGLEICH.....	163
5.10	DER MODERNE MENSCH ODER „ <i>DAS DRITTE GESCHLECHT</i> “	165
6	DAS BILD DER FRAU IM NATIONALSOZIALISMUS.....	169
6.1	BEISPIEL EINER BESONDEREN KARRIERE: LENI RIEFENSTAHL – EINE <i>NEUE FRAU</i> IM <i>DRITTEN REICH</i>	169
6.2	DER GENERATIONSKONFLIKT	171
6.3	DIE NATIONALSOZIALISTISCHE DEUTSCHE FRAU	174
6.4	<i>DIE DAME</i> VON 1933 BIS 1938.....	175
6.5	<i>DIE NEUE LINIE</i> VON 1933 BIS 1938.....	177
6.5.1	<i>Die Dame und die neue linie im Vergleich</i>	179
6.6	DIE DARSTELLUNG DER DEUTSCHEN FRAU IN DEN ZEITSCHRIFTEN <i>DIE DAME</i> UND <i>DIE NEUE LINIE</i> VON 1933 BIS 1938	181
6.7	DER DISKURS ÜBER FRAUENARBEIT IM <i>BERLINER TAGEBLATT</i>	184
6.8	DAS „ <i>WUNSCHBILD</i> “ DES MANNES	187
7	AMERIKA-DARSTELLUNGEN UND DIE URBANISIERUNG DER „<i>IDEALEN KLEINEN GROßSTADT</i>“ – PRAG IM FEUILLETON DER TSCHECHOSLOWAKISCHEN REPUBLIK VON 1918 BIS 1938 AM BEISPIEL DER ZEITUNG <i>LIDOVÉ NOVINY</i> UND DER ZEITSCHRIFT <i>EVA</i>.....	192
7.1	ZUR ENTSTEHUNGSGESCHICHTE DER TSCHECHOSLOWAKEI (1918 - 1938).....	193
7.2	BEGRÜNDUNG DER QUELLEN AUSWAHL	196
7.2.1	<i>Die tschechische Presse</i>	198
7.2.2	<i>Das Feuilleton von Lidové noviny</i>	200
7.3	DAS AMERIKA-BILD IM FEUILLETON VON <i>LIDOVÉ NOVINY</i>	203
7.4	DER WIRTSCHAFTLICHE <i>AMERIKANISMUS</i>	206
7.4.1	<i>Tomáš Baťa, der tschechische Henry Ford</i>	211
7.4.2	<i>Europa im Wettbewerb mit Amerika am Beispiel eines Science-Fiction-Feuilletons</i>	213

7.5	DER GEISTIGE AMERIKANISMUS	214
7.5.1	<i>Der kulturelle Amerikanismus am Beispiel der Avantgardegruppe Devětsil</i>	217
7.6	DAS BILD PRAGS IN <i>LIDOVÉ NOVINY</i> VON 1918 BIS 1938	219
7.6.1	<i>Architektur der klaren Linien</i>	221
7.6.2	<i>Das große Bauen: Das alte und das neue Prag</i>	222
7.6.3	<i>Die „ideale kleine Großstadt“</i>	224
7.7	URBANISIERUNG NACH BERLINER UND NEW YORKER MUSTER AM BEISPIEL DES GROBSTADTVERKEHRS	226
7.7.1	<i>Prag im Vergleich mit Berlin und New York</i>	231
8	DIE DARSTELLUNG DER MODERNEN FRAU IN DER FRAUENZEITSCHRIFT <i>EVA</i> UND IN DER ZEITUNG <i>LIDOVÉ NOVINY</i> VON 1918 BIS 1938	234
8.1	BEGRÜNDUNG DER QUELLEN AUSWAHL	236
8.2	DIE TSCHECHISCHE FRAUBEWEGUNG ALS BESTANDTEIL DES NATIONALEN EMANZIPATIONSKAMPFES	240
8.2.1	<i>Nová žena (die Neue Frau) = die tschechoslowakische Frau</i>	242
8.3	DAS BILD DER FRAU IM FEUILLETON VON <i>EVA</i>	243
8.3.1	<i>Moderní žena (die Moderne Frau)</i>	244
8.3.2	<i>Die Angestellte</i>	248
8.3.3	<i>Die Sportlerin</i>	250
8.3.4	<i>Der Glanz</i>	252
8.4	<i>NOVÉ DĚVČE (DAS NEUE MÄDCHEN)</i> UND DAS <i>GIRL</i>	255
8.5	DIE AMERIKANERIN ALS EMANZIPATIONSMODELL.....	259
8.5.1	<i>Der amerikanische Damenklub</i>	260
8.6	DAS BILD DER AMERIKANERIN	262
8.6.1	<i>„Die Karriere der Amerikanerin und der Frau überhaupt“</i>	263
8.6.2	<i>„Die Dämmerung der Männlichkeit“</i>	265
8.7	DAS BILD DER DEUTSCHEN FRAU	268
8.8	DIE SOWJETISCHE DAME	271
9	BIBLIOGRAPHIE.....	279
10	BILDANHANG	305

Einleitung

Ein roter Damenschuh im Vordergrund, im Hintergrund Wolkenkratzer, die in einen strahlend blauen Himmel ragen. Auf den ersten Blick nichts Außergewöhnliches, ein schönes Bild in kräftigen Farben, mit klarer Aussage. Werbung für Damenschuhe in einer tschechischen Zeitschrift.¹

Doch handelt es sich dabei wirklich nur um ein einfaches Reklamebild?

Keineswegs, denn diese Werbung verrät weitaus mehr als den Ort, an dem man jene Schuhe kaufen kann. Die abgebildeten Elemente sind vielmehr Steine eines Mosaiks, das über komplexere Zusammenhänge Auskunft gibt. Gerade deshalb dient dieses Bild meiner Arbeit als Leitmotiv. Denn genau wie das Reklamebild sind die folgenden Kapitel eine Synthese von mehreren Phänomenen, anhand derer sich die *Modernisierung*, oftmals wahrgenommen als *Amerikanisierung*, in Deutschland und in der Ersten Tschechoslowakei manifestierte: die Stadt, die moderne Frau und das Feuilleton.

Die Skyline im Bildhintergrund steht also symbolisch für die moderne Weltstadt, für eine US-amerikanische Großstadt. Der Wolkenkratzer verkörpert Kraft, Energie, Fortschritt und Macht. Er ist ein Himmelsstürmer, der alles bisher Dagewesene übertrifft. Die Wolkenkratzerstadt als Sinnbild der USA, des *Landes der unbegrenzten Möglichkeiten*, demonstriert Überlegenheit. – Auf allen Gebieten? Nicht ganz, wie sich zeigen wird.

Der übergroße Damenschuh im Vordergrund dagegen besticht durch sein kräftiges Rot, durch die Farbe der Macht, eine Farbe, die Aufsehen erregt und eine Frau unübersehbar macht. Er ist für jene Frau gedacht, die aus dem Ersten Weltkrieg als Siegerin hervortrat. Ihr wurden Bürgerrechte zuerkannt, für die sie lange gekämpft hatte, es eröffneten sich ihr neue Möglichkeiten. Sie wurde zur selbstsicheren Frau, die sich ihres Wertes bewusst war. Sie verdiente ihr eigenes Geld, – lebte, wenn möglich allein und kleidete sich wie die Filmstars, die sie im Kino und in populären Magazinen sah. Die *Neue Frau* erfuhr plötzlich eine gesellschaftliche Aufwertung, in erster Linie über ihr eigenes Leben, was zur Veränderung ihrer gesellschaftlichen Rolle führte und dies wiederum zur Wandlung der Begriffe *feminin* und *maskulin*.

Wenn indes die USA als Vorbild für alles galten und der *Feminisierungsdiskurs* Kernstück des *Modernisierungs- bzw. Amerikanisierungsdiskurses* war, repräsentierte dann die US-Amerikanerin den Prototyp der modernen Frau?

¹ Baťa (Werbung für Damenschuhe). In: *Eva*, Jg. XI, Nr. 5, (1.3.) 1939.

Das Hauptinteresse dieser Arbeit liegt daher in der Untersuchung des Modernisierungsprozesses, der sich an den Weiblichkeitsimaginationen und Weiblichkeitsentwürfen am deutlichsten manifestierte.

Der Modernisierungsprozess war eine logische Folge der historischen Umwälzungen und Veränderungen im politischen, wirtschaftlichen, sozialen, gesellschaftlichen und kulturellen Kontext. Allerdings gab es nach 1918 nur zwei Weltmächte, zwei entgegengesetzte Pole, die als Vorbild für den Weg in die Moderne dienen konnten: die USA und die Sowjetunion. Es hieß, alles würde „bolschewisiert“ oder „amerikanisiert“² werden.

In der vorliegenden Arbeit bildet das *Modell Amerika* den Untersuchungsgegenstand. Es repräsentierte all das, wonach Europa strebte: eine hoch entwickelte Industriegesellschaft, demokratische Verhältnisse und das Versprechen, dass alles möglich sei. Die USA galten als Land, in dem die Zukunft, so, wie man sie sich erträumte, bereits gegenwärtig war.

Das *Amerika-Modell* der Zwischenkriegszeit in Deutschland ist in zahlreichen Arbeiten untersucht worden, weniger fundiert allerdings für die Zeit nach 1933. Eine Untersuchung im Kontext der Ersten Tschechoslowakischen Republik jedoch ist gänzlich neu. Der Hauptbeitrag der vorliegenden Arbeit liegt daher einerseits darin, die Einseitigkeit der Amerika-Perzeption im deutschen Feuilleton auf der Alltagsebene im Zeitraum von 1918 bis 1938 durch einen Vergleich mit der Wahrnehmung in der Tschechoslowakei zu relativieren. Andererseits wird ein Beitrag zur tschechischen Feuilletonforschung unter den genannten Aspekten geleistet.

Das Feuilleton

Die modernen Massenmedien, die Presse und das Kino, bildeten das Gesicht der Moderne ab und prägten es zugleich. Sie schufen Konturen, die das Lesepublikum nur noch auszumalen brauchte. Insbesondere das Feuilleton, als populäres Genre der 1920er-Jahre, das Alltagsphänomene erkundete, bietet ein aussagereiches Spiegelbild jener Zeit.

Grundlage meiner Untersuchung sind die einschlägigen neuesten deutschen Forschungsarbeiten, mit deren Hilfe ein Raster erstellt werden soll, das mir die Beurteilung des Feuilletons in der Ersten Tschechoslowakischen Republik unter den

² Lernet-Holenia, Alexander: *Die Schönheit der Greta Garbo*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 8, (April) 1931, S. 12.

drei Hauptaspekten dieser Arbeit ermöglicht. Eine solche Analyse fehlte bisher gänzlich und gehört zweifellos zu den Desideraten der Forschung.

Den Hauptteil der vorliegenden Arbeit nimmt die Erschließung von Primärquellen ein. Bei diesen Quellen handelt es sich um die Tageszeitungen *Berliner Tageblatt* und *Lidové noviny*.³ Beide Zeitungen sind im Hinblick auf ihre liberale Einstellung sowie auf Themenauswahl, Platzierung und Qualität des Feuilletons ähnlich aufgebaut. Einziger auffallender Unterschied ist, dass *Lidové noviny* deutlich mehr Karikaturen aufweist als das *Berliner Tageblatt*. *Lidové noviny* galt als unabhängige Zeitung mit pro-tschechoslowakischer Grundstimmung, die meisten Feuilletonautoren gehörten zur so genannten *Freitagsrunde*, einem intellektuellen Kreis mit starker Anbindung an Regierungskreise, deren Mitglied auch Präsident Masaryk selbst war. Weitere Primärquellen sind die repräsentativen Zeitschriften⁴ *Die Dame*⁵, *die neue linie* und *Eva*. Alle Quellen wurden aufgrund ihrer hohen Breitenwirksamkeit, Themenrelevanz und Qualität ausgewählt.

Die Untersuchung des Feuilletons ist angesichts der Menge an Quellenmaterial und der Methodenproblematik eine Herausforderung für die Forschung, weshalb es lange am Rande des Forschungsinteresses stand. Erhöhte Beachtung seitens der deutschen Forschung ist seit den 1990er-Jahren zu beobachten. In der sozialistischen Tschechoslowakischen Republik war die Erforschung der Zwischenkriegszeit und auch die Feuilletonuntersuchung aus politischen Gründen nicht erwünscht. Die gegenwärtige tschechische Feuilletonforschung beschäftigt sich inzwischen überwiegend mit Textsammlungen und Werkausgaben von bedeutenden Feuilletonisten. Motivgeschichtliche Untersuchungen und systematische Auswertung einzelner Periodika dagegen fehlen.

Die vorliegende Arbeit ergänzt das deutsche Feuilletonkorpus mit bisher unbekanntem Material, insbesondere für die Zeit nach 1933. Entschieden aber leistet sie einen Beitrag zur systematischen Untersuchung des tschechischen Feuilletons im genannten Zeitraum. Dadurch wird ein Vergleich des deutschen mit dem tschechischen Feuilleton überhaupt erst ermöglicht, der ein deutlich differenziertes Bild der Modernisierung in Europa vermitteln kann.

³ Das *Berliner Tageblatt* erschien in Berlin von 1872 bis 1939. *Lidové noviny* erschien ab 1893 in Brunn und von 1920 bis 1945 in Prag. Untersucht wurden die Jahrgänge 1918 bis 1925, 1928, 1933, 1936 und 1938.

⁴ Vgl. Schäffling, Rosa Friderika: *Die repräsentativen Zeitschriften, ihre Entwicklung und Bedeutung in Deutschland, Italien, Frankreich, England und in den USA*. München, 1949.

⁵ *Die Dame* erschien von 1912 bis 1943 in Berlin, *die neue linie* von 1929 bis 1943 in Leipzig. *Eva* wurde in Prag von 1928 bis 1943 herausgegeben.

In der früheren deutschen Feuilletonforschung wurde das Feuilleton als *kleine Form* verstanden, der verschiedene Textsorten zugeschrieben wurden (Kritik, Essay, Kommentar, Interview, Glosse u. a.) und die im Hauptteil einer Zeitung in der Sparte *Unter dem Strich* sowie in der Kulturbeilage erschien. In der neuesten Forschung hat sich das Verständnis von Feuilleton gewandelt. Es wird nicht mehr als Textform betrachtet, die an konkrete Formen oder an eine Platzierung innerhalb der Zeitung gebunden ist, sondern als „Ort der Vermittlung“⁶ verstanden, an dem Diskurse über wichtige Alltagsphänomene stattfinden. Im Kontext der gesamten Zeitung wird es als Medium betrachtet, das Interessantes und Wissenswertes nicht nur festhält, sondern perpetuiert und mitkonstituiert. Es verbindet die gelebte Wirklichkeit mit der Reflexion darüber und beteiligt sich somit an der Konstruktion der Wirklichkeit.

Gerade die Formenvielfalt machte das Feuilleton in den 1920er-Jahren zum idealen Medium einer Zeit, in der sich gerade verschiedenste Trends und Kulturrichtungen gleichzeitig etablierten. Vereint wurde diese Vielfalt eben in dieser signifikanten Sprachlichkeit, im Stil des Feuilletons, der unterhielt und zugleich zum Nachdenken anregte oder provozierte. Sehr oft waren Texte mehrdeutig und daher für jeden zumindest zugänglich, je nach Wissenstand und Bildungsgrad konnte der Leser die einzelnen Bedeutungsebenen mehr oder weniger enthüllen. Ein ideales Genre, um die Vielfalt des modernen Großstadtalltags abzubilden.

Amerika

Amerika, seinerzeit automatisch mit den Vereinigten Staaten von Amerika gleichgesetzt, wurde im Feuilleton als Weltmacht und moderne, multiethnische, demokratische Gesellschaft dargestellt. Es verfügte nicht nur über materiellen Reichtum, sondern auch über Innovationen und Rationalisierung in allen Bereichen. Es ist daher verständlich, dass sich der *Modernisierungsdiskurs* mit dem *Amerikanisierungsdiskurs* überschchnitt und das *Land der unbegrenzten Möglichkeiten* als Vorbild und negatives Beispiel zugleich galt.

Die moderne Massenpresse schuf und gestaltete das Bild Amerikas. Aus der bisherigen Forschung geht hervor, dass auf der einen Seite die USA als mächtig, erfolgreich und hoch zivilisiert beschrieben wurden, wodurch sie zum Ideal für Industrialisierung und Fortschritt erwachsen. Auf der anderen Seite, gab es aber

⁶ Kaufmann, Kai: *Zur derzeitigen Situation der Feuilleton-Forschung*. In: Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Die lange Geschichte der Kleinen Form. Beiträge zur Feuilletonforschung*. Weidler Buchverlag Berlin, 2000, S. 12.

das imaginierte Amerika, das als Leinwand fungierte, auf die alle Wünsche oder Ängste projiziert werden konnten. Eine Projektionsfläche, auf der man den Weg für die eigene Zukunft sehen konnte.

In der vorliegenden Arbeit wird nachgewiesen, dass das jeweils imaginierte Amerika-Modell sehr unterschiedlich ausfiel und welche Betrachtungsweisen es im Einzelnen gab. Deutschland, das als Verlierer aus dem Ersten Weltkrieg hervorging, sah in den USA vor allem einen Wegweiser für den Wiederaufbau. Auch die Hoffnung, mit Hilfe technologischer Modernisierung erneut Weltmacht zu werden, spielte dabei eine Rolle. Amerika interessierte daher in erster Linie als Inbegriff der Industrialisierung, technologischer Erneuerung und Rationalisierung von Arbeits- und Produktionsprozessen. Die Grundstimmung in der ČSR war hingegen eine völlig andere. Erst der Krieg und die Unterstützung aus dem Ausland, insbesondere durch die Emigranten in Amerika, ermöglichten überhaupt die Entstehung der Republik. Es herrschte eine positive Aufbruchsstimmung und ein genereller Aufbauwille. Auch hier wurde Amerika als Vorbild für die Industrialisierung betrachtet, aber im Vergleich zu Deutschland war die ČSR viel offener gegenüber amerikanischen Einflüssen in allen Bereichen. Es lässt sich also feststellen, dass die Projektionen von Amerika im deutschen und tschechischen Feuilleton zwar ähnlich, aber nicht identisch waren und eben in entscheidenden Punkten Differenzen aufwiesen.

Beispiele hierfür sind der Kultur- und der Feminisierungsdiskurs, jene Themenbereiche, mit denen man sich bei den Debatten um die Amerikanisierung besonders heftig auseinandersetzte. Ersterer war vor allem in Deutschland sehr ausgeprägt, wo man sich als Kulturnation verstand und sich daher kulturell überlegen fühlte. Argumentiert wurde einerseits damit, dass sich die Kultur der *jungen* amerikanischen Nation erst im Anfangsstadium befand. Die europäische Kultur dagegen könne auf eine lange Geschichte zurückblicken, sei somit ausgereifter und daher überlegen. Eine zweite Argumentationslinie stützte sich auf die verbreitete Überzeugung, dass in den USA die Frau das geistige und kulturelle Leben bestimmte. Die amerikanische Kultur, die mit der Massenkultur gleichgesetzt wurde, sei deshalb *feminisiert* und der europäischen Hochkultur, der *männlichen* Kultur, unterlegen.

In der Tschechoslowakischen Republik war die Situation – wie bereits angedeutet – anders. Der Erste Weltkrieg erst ermöglichte ihre Entstehung, und die USA spielten dabei eine unterstützende Rolle. Die Anfangsjahre stellten die Republik, die von zwei unterschiedlichen slawischen Ethnien gebildet wurde, zunächst einmal vor die Aufgabe, eine gemeinsame Identität und Kultur zu konstituieren. Die Tschechoslowakei gehörte angesichts ihrer Kulturgeschichte zum europäischen Hochkultur-

kontext, aber als *Kultur im Werden* musste sie nicht zwingend eine so starke Abwehrreaktion gegenüber der amerikanischen Massenkultur entwickeln, wie es in Deutschland der Fall war. Dementsprechend proamerikanisch war beispielsweise die linksorientierte tschechische Avantgarde gesinnt.

Amerika galt für beide Länder als Modell der modernen Gesellschaft schlechthin und somit als ein möglicher Weg in die Zukunft. Wichtig ist dabei zu betonen, dass jenes Amerika eine Imagination war, ein Sammelsurium von eigenen Projektionen, Wünschen und Ängsten. Gerade deshalb enthüllt seine Darstellung viel mehr über den Schreibenden als über das Beschriebene und ermöglicht es dadurch, Rückschlüsse auf die Gesellschaft zu ziehen, welcher der Schreibende entstammte.

Die Stadt

Der urbane Raum ist Entstehungsort und gleichzeitig Vorbedingung für die Herausbildung der modernen Industriekultur. Die Großstadt – eine Mischung aus Kulturen, Lebensentwürfen, Freiheiten, Meinungen, Moden, Farben, Geräuschen, Gerüchen – bot den idealen Entfaltungsraum für den modernen Menschen, insbesondere für die moderne Frau. Denn die Stadt war der Ort, an dem die Moderneprojektion erprobt und realisiert wurde, Träger und Archetyp *der Modernität* der 20er-Jahre war die Frau. Das Medium, das dies festhielt und mitkonstituierte, war das Feuilleton.

Das Vorbild für die moderne Großstadt schlechthin war die US-amerikanische Wolkenkratzerstadt. Speziell die Weltstadt New York diente als Synekdoche Amerikas. Somit ist verständlich, dass sich alle Städte, die sich als modern verstanden oder als solche verstanden werden wollten, an diesem Vorbild orientierten. New York wurde als *vergegenwärtigte Zukunft* betrachtet, die man bewunderte und der man nachstrebte. In den Vergleichen damit und in etlichen Imitationsversuchen spiegelten sich die enormen Geltungsambitionen der jeweiligen Städte, wie am Beispiel von Berlin und Prag dokumentiert wird.

Die *Amerikanisierung* der Stadt manifestierte sich zunächst in ihrer Gestaltung im modernen Bauen. Nur eine moderne, rational geordnete Umgebung konnte den Bedürfnissen des modernen Menschen gerecht werden. Das Motto hieß Funktionalität. Alte Formen und Materialien wurden durch neue, scharfe, klare Formen und kühle Materialien – Stahl und Glas – ersetzt. Zudem diente die amerikanische Stadt als Innbegriff für die *Urbanisierung*, als genereller Ausdruck der modernen Alltagskultur.

Bemerkenswert ist, dass Berlin den europäischen Augen als *amerikanisch* galt, während amerikanische Augen New York als *europäisch* erachteten. Berlin sah in

New York ein Vorbild, welches ihm dazu verhelfen sollte, den ersehnten Weltstadtstatus zu erlangen. Wie der Vergleich mit New York zeigen wird, gab es Parallelen, die solch eine Überlegung bestärken: in erster Linie die schnelle Stadtentwicklung in jeglicher Hinsicht und die *Geschichtslosigkeit*; die Bereitschaft zu wachsen, sich zu verändern, ohne sich nach der Vergangenheit umzusehen. In diesem Sinne war Berlin als jüngste und modernste europäische Metropole durchaus als *amerikanisch* zu bezeichnen.

Prag hingegen war eine Stadt mit Tradition, derer sie sich sehr bewusst war; es war bemüht auf dem Alten das Neue aufzubauen. In diesem Sinne war es eine durch und durch *europäische* Stadt. Seine Ambition war es gleichwohl, eine moderne Metropole zu werden, die würdig die neue Republik repräsentierte.

Bei der Urbanisierung Prags lassen sich, insbesondere im Bezug auf den Bau- und Verkehrsdiskurs, bei dem die Straße zum Gradmesser der Modernität erwuchs, zwei Vorbildperspektiven beobachten: Einerseits ist es die direkte Linie zwischen Prag und New York. Hierbei wird New York unmittelbar als Vorbild betrachtet. Des Weiteren ist es die Linie *Prag – Berlin – New York*. Als Vorbild für die Urbanisierung dient in diesem Fall Berlin.

Während Berlin im Diskurs *Berlin – New York* als Beobachter fungiert, wird es im Diskurs *Prag – Berlin* selbst zum Gegenstand der Beobachtung und folglich der Inspiration. Der Vergleich von Berlin und Prag lässt deutlich erkennen, dass die US-amerikanische Großstadt in Europa ein Vorbild für moderne Metropolengestaltung war und zwischen der *Urbanisierung* und *Amerikanisierung* eine Wechselbeziehung bestand.

Die Frau

Der rote Schuh wird in der Metropole von der *Neuen Frau* getragen, die zum Phänomen ihrer Zeit, zum Alltagsmythos wurde. Es waren die kesse Berlinerinnen und die reizende Pragerinnen, die das Gesicht der jeweiligen Stadt prägten. Die vorliegende Arbeit wird deutlich machen, dass in der Zwischenkriegszeit nicht mehr der Mann der Gestalter der Gesellschaft und Träger des Fortschritts war, sondern die *Neue Frau* zur Trägerin von modernen Werten und der modernen Lebensweise wurde. Sie war diejenige, die von der Modernisierung am offensichtlichsten profitierte, da sie ihr zum gesellschaftlichen Aufstieg verhalf. Gerade dieser urbane Frauentypus repräsentierte daher alles, was modern war. Dies manifestierte sich zunächst an ihrem Äußeren, aber vor allem an ihrer ganzen Lebensweise. Sie arbeitete, stu-

dierte, war selbständig und unabhängig. Ihr Prototyp war die Angestellte. Die *Neue Frau* war Medienkonsumentin, Medienobjekt und Medienprodukt zugleich. Das traditionelle weibliche Rollenbild wurde bei ihr außer Kraft gesetzt.

Nach 1933 wird als *neu* jene Frau diskutiert und inszeniert, die das *neue Reich* repräsentieren soll. In der nationalsozialistischen Ideologie war die Frau offiziell die Hüterin von Heim und Familie und die Kameradin des Mannes. Ihre Pflicht war der *Dienst am Volk*. Die vorliegende Arbeit beweist jedoch, im Einklang mit einigen Ansätzen zuvor⁷, dass in der Presse des *Dritten Reichs* tatsächlich ein viel differenziertes Frauenbild dargeboten wurde. Die Analyse von Darstellungen der Frau im Zeitraum von 1933 bis 1938 zeigt deutlich, dass das Frauenbild keineswegs so eindimensional und kohärent war, wie auch am Beispiel der Diskussion über Frauenbeschäftigung im *Berliner Tageblatt* nachgewiesen wird oder an der Darstellung von Leni Riefenstahl, die ein entschiedener Gegenpol zur Frau in ihrer traditionellen Rolle war. Die Frau fungierte als gesellschaftliches Modell, das instrumentalisiert wurde. Bei den Quellen handelt es sich um Zeitschriften, die das *Dritte Reich* im Ausland repräsentieren sollten. Daher ist es nachvollziehbar, dass gerade diese Zeitschriften nicht das Bild der deutschen Frau zeigten, wie es im Inland propagiert wurde. Im Gegenteil: abgebildet wurden Frauen, die sich äußerlich nicht von der *Neuen Frau* unterscheiden. Sie fliegen Flugzeuge, lenken Automobile, treiben Sport und tragen die neueste Mode. Es sind kaum Bilder auszumachen, die blonde Frauen mit Gretchenzopf in Tracht und bei der Hausarbeit zeigen.

Dabei ist selbstverständlich zwischen den Zeitschriften zu unterscheiden. Während in *Die Dame* das Feuilleton apolitisch bleibt, beschäftigt sich das Feuilleton in *die neue linie* mit den traditionellen Frauenaufgaben wie Haushaltsführung, Kinderversorgung, Kochen u. ä. Die bildliche Darstellung der Frau ist in beiden Zeitschriften jedoch ähnlich.

Die Frau in der ČSR war Bestandteil der nationalen Emanzipation und in diesem Kampf dem Mann ebenbürtig. Die Emanzipation der Frau wurde als notwendiges Mittel verstanden, das sie zur gewünschten aktiven Mitgestaltung der *neuen* tschechoslowakischen Gesellschaft befähigte. In diesem Sinne sprach man in der ČSR von der *nová žena* (*neuen Frau*). Dies ist der Hauptunterschied im Vergleich zur deutschen Frau, die keine konstituierende Rolle übernehmen musste und sich völlig auf die Erlangung ihrer Bürgerrechte konzentrieren konnte. Paradoxerweise

⁷ Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*. Böhlau Verlag Köln, 2005.

wurde ihr diese Rolle erst im Verlauf des *Dritten Reichs* zuteil. Der *Neuen Frau*, im Sinne des deutschen Feuilletons, entspricht in der ČSR die *dnešní (heutige)* oder die *moderní (moderne)* Frau. Diese kleidete sich nach der gleichen Mode und pflegte denselben Lebensstil.

Sowohl in Deutschland als auch in der Tschechoslowakei wurde Amerika als „*das Dorado der Frau*“⁸ wahrgenommen. Die Emanzipation galt hier als vollendet und die Amerikanerin als der Prototyp der emanzipierten Frau. Das Bild der Amerikanerin war in beiden Ländern ähnlich. Man schilderte sie als aktiv, gepflegt, praktisch, selbstbewusst, aber auch oberflächlich. Thematisiert wurde sie in beiden Ländern vor allem im Zusammenhang mit ihrer gesellschaftlichen Rolle und Stellung.

In Deutschland war die Überzeugung verbreitet, dass die amerikanische Frau unbegrenzte Macht über die amerikanische Gesellschaft, vor allem aber über den Amerikaner habe und diese *Feminisierung* des gesellschaftlichen und kulturellen Lebens in Amerika wurde keineswegs immer als ideal angesehen. Als Ausdruck jener *Verweiblichung* empfand man die populäre Massenkultur, die auch in Europa Zuspruch fand. Es wurde daher die Sorge laut, dass solche *amerikanischen* Verhältnisse auch in Deutschland Fuß fassen könnten, eine *Amerikanisierung*, die eine Nivellierung der deutschen Kulturgesellschaft herbeiführen würde. Die starken Feminisierungssängste sind in den Kontext des gesellschaftlichen Wandels einzuordnen und daher als Reaktion auf die *Neue Frau* zu verstehen.

In der ČSR galt die Amerikanerin hingegen bereits seit dem 19. Jahrhundert als Emanzipationsvorbild. Anfangs war sie – vor allem in ihrer Funktion als *Gründermutter* – Vorbild für die tschechische Frau. Das zeigt sich deutlich an den Themenbereichen, die in Zusammenhang mit ihr diskutiert wurden: Emanzipation, gesellschaftliches Engagement, Bildung und Arbeit. Die Frauenemanzipation war in der ČSR – verglichen mit Deutschland – zugunsten der nationalen Emanzipation zeitlich verschoben. Das scheint auch der Hauptgrund dafür zu sein, dass die *Amerikanisierung* im Allgemeinen in der ČSR nur vereinzelt negativ geschildert wurde.

Die vorliegende Arbeit führt vor Augen, dass nach 1918 die Frau zur Trägerin und zum Aushängeschild gesellschaftlicher Veränderungen wurde. Die *Modernisierung* der Gesellschaft führte zur Neubewertung von Geschlechterrollen und zum Aufbrechen traditioneller Geschlechterbilder. Der Feminisierungsdiskurs gründete darauf, dass die Frau zur Trägerin männlicher Eigenschaften wurde, und der Mann

⁸ Anonym: *Kurze lustige Geschichten aus dem Leben der Frauen in den USA*. In: *Die Dame*, Jg. 49, H. 23, (September) 1922, S. 38.

zum Träger von weiblichen. Der klassische Begriff *Geschlecht* wurde außer Kraft gesetzt, die Geschlechter näherten sich an, der *moderne* Mensch galt als androgyn.

Die Europäerinnen, hier vertreten durch die Deutsche, die tschechoslowakische Frau und Sowjetrussin, verkörpern Variationen der Emanzipation. Sie demonstrierten ihre Zugehörigkeit zum *modernen* Frauentypus einerseits durch ihr Aussehen, andererseits durch ihre Lebensweise. Die Amerikanerin galt als der Prototyp der emanzipierten Frau. Im Gegensatz zu der *weiblichen* Europäerin, galt die Amerikanerin als *zu männlich*. Das ist ein Widerspruch in sich, da gerade der *weibliche* Einfluss der Amerikanerin für die Amerikakritiker und Antifeministen schuld an der *Feminisierung* Amerikas sein sollte. War die emanzipierte Frau also immer noch *weiblich*, oder nicht?

Nur im Rahmen der historischen Zusammenhänge ist die Antwort auf diese Frage zu finden: Der Erste Weltkrieg führte zu einem grundlegenden gesellschaftlichen Wandel. Das *männliche* Zivilisationsmodell, als dessen Vertreter sich Europa, insbesondere Deutschland verstand, wurde in seinen Grundfesten erschüttert. Man suchte nach möglichen Auswegen und Gegenmodellen. Die USA, die aus diesem Krieg als stärkste und erfolgreichste Weltmacht hervortraten, dienten als Modell für den Weg in die Moderne. Gleichzeitig wurden aber in das amerikanische Zivilisationsmodell die eigenen Modernisierungsängste hineinprojiziert und im Feminisierungsdiskurs offen zutage traten.

1 Das Feuilleton als mediales Diskursfeld am Beispiel des Berliner Tageblatts von 1918 bis 1938

„Die Großstadt ist ein ‚Diskurs‘, eine ‚Sprache‘, eine ‚Schrift‘, und wer sich in ihr bewegt, ist ‚eine Art Leser‘ (R. Barthes), sie ist ein komplexes ‚Textgewebe‘ (M. de Certeau), ein Palimpsest (W. Sharpe/ L. Wallock), und sie hat wie ein literarischer Text so viele Interpretationen, wie jene Leser hat.“⁹

Die Massenmedien, Presse und Kino, wurden in den 1920er-Jahren zu einem maßgeblichen Bestandteil der industriell-technologischen Modernisierung und beeinflussten das Bewusstsein und die Wahrnehmung des Massenpublikums. Sie reflektierten nicht nur das gesellschaftliche Geschehen, sondern gestalteten es in hohem Ausmaß mit:

„Vor allem aber griffen die Medien in die Alltagsgewohnheiten ein. Sie boten andere soziale Räume an, andere Gesellungsformen, Zeitplanungen und Freizeitpräferenzen, und erzeugten, so darf man vermuten, andere Leitbilder der Persönlichkeit, auch die Imitation von filmischen Verhaltensmustern, Training neuer, schneller, sprung- und reflexhafter Sehgewohnheiten.“¹⁰

Die systematische Untersuchung des Feuilletons der 1920er- und 1930er-Jahre wurde bisweilen nicht ausreichend als Gegenstand literaturwissenschaftlicher Forschung berücksichtigt. Dies ist einerseits der Materialfülle, andererseits der Problematik des Feuilletons als Forschungsgegenstand geschuldet. Die vorliegende literaturwissenschaftliche Untersuchung dagegen will dem Ansatz der jüngsten Feuilletonforschung Folge leisten, die das Feuilleton als Bestandteil der zeitgenössischen medialen Kommunikation versteht, in deren Rahmen wichtige Diskurse ausgetragen wurden. Diese Diskurse wiederum geben Aufschluss über die Themen, die die Öffentlichkeit von einst bewegten.

„Mit einem erweiterten Literaturbegriff und einer epistemologischen Umwertung der Kommunikationsverhältnisse zwischen Presse und Lesepublikum einhergehend, richten sich neue Interessen auf das Feuilleton und auf seine Rolle im Diskurs der Öffentlichkeit.“¹¹

Es handelt sich bei der vorliegenden Arbeit also um eine empirische Studie, die das Feuilleton der ausgewählten Quellen im Hinblick auf die drei Hauptaspekte dieser

⁹ Smuda, Manfred (Hrsg.): Die Großstadt als Text, Wilhelm Fink Verlag München, 1992, S. 7.

¹⁰ Schütz, Erhard; Wegmann, Thomas: *Medien*. In: Berg, Christa (Hrsg.): *Handbuch der deutschen Bildungsgeschichte*. C. H. Beck Verlag München, 1989, S. 373.

¹¹ Todorow, Almut: *Das Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“ in der Weimarer Republik. Zur Grundlegung einer rhetorischen Medienforschung*. Max Niemeyer Verlag Tübingen, 1996, S. 57.

Arbeit analysiert, deren thematische Schwerpunkte herausarbeitet und diese Ergebnisse interkulturell vergleicht. Die Untersuchung des Feuilletons wird dabei als Beitrag zur kulturorientierten Literaturwissenschaft verstanden, da sie die Erforschung eines historisch-soziologisch-kulturellen Zusammenhangs ermöglicht und den Rezipienten – die Öffentlichkeit – mit einbezieht. Als Ausgangspunkt diene mir die These, dass die Untersuchung von Feuilletoncontexten und deren Analyse aus interdisziplinärer Sicht nicht nur fruchtbares, sondern notwendiges Mittel zur Erweiterung des bisherigen Wissenstandes über die Alltagskultur in unterschiedlichen geopolitischen Kontexten ist.

In der Tschechoslowakei begann eine differenzierte Auseinandersetzung mit der Zwischenkriegszeit erst in den 90er-Jahren des 20. Jahrhunderts, das Feuilleton wurde bisweilen jedoch außer Acht gelassen. Der Vergleich beider Republiken – Deutschland und ČSR – im Zeitraum von 1918 bis 1938 ermöglichte außerdem, Kenntnis darüber zu gewinnen, ob und wie unterschiedlich die Begleitscheinungen des *Modernisierungsprozesses* in diesen zwei Nachbarstaaten wahrgenommen wurden, die ein langjähriger kultureller und geistiger Austausch verband. Diese Arbeit soll damit einen Beitrag zur Ergänzung und Erweiterung der deutschen Feuilletonforschung leisten, und zwar im Bezug auf die untersuchten Primärquellen sowie auf den Zeitraum von 1918 bis 1938. Gleichzeitig soll sie mittels des Vergleichs mit dem tschechischen Feuilleton zum besseren Verständnis der Feuilletonlandschaft im mitteleuropäischen Kontext beitragen.

Als Untersuchungsraaster dient mir hierfür der *Amerikanisierungsdiskurs*, der im mitteleuropäischen Raum, im Rahmen des *Modernisierungsdiskurses* geführt wurde. Insbesondere interessiert mich in diesem Zusammenhang der *Urbanisierungs- und Feminisierungsdiskurs*. Folglich werde ich mich auf Feuilletoncontexte konzentrieren, welche sich diesen Themenkreisen widmen und vor allem mit der Wahrnehmung *des Modernen* und *des Amerikanischen* im deutschen und tschechoslowakischen Kontext befassen. Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses soll dabei zudem der Umgang mit diesen Themen in Bezug auf die Wirklichkeitsbewältigung stehen.

Wie sich zeigte, wies das *Berliner Tageblatt* zahlreiche Berichte über Amerika auf, insbesondere über seine Wirtschaft und populäre Kultur. Somit bietet diese Zeitung ein breites Spektrum der Amerikawahrnehmung im Zeitraum von 1918 bis 1938. Besonders interessant sind hierbei die Feuilletons des bedeutenden Theaterkritikers

Alfred Kerr, der 1922 über seine *New Yorker Eindrücke*¹² und 1924 über das „*Yankee Land*“¹³ regelmäßig für das *Berliner Tageblatt* berichtete. Sie lassen ein klares Deutungsmuster der deutschen Amerikawahrnehmung erkennen, von dem in den folgenden Kapiteln die Rede sein wird. Aus meiner Analyse geht hervor, dass die Anzahl der Feuilletons, die sich mit dem Topos Amerika befassten, ab dem Jahr 1924 deutlich stieg. Dieser Umstand spiegelt die Begeisterungswelle der Deutschen für Amerika, die nach dem Inkrafttreten des Dawes-Plans in jenem Jahr entbrannte.

Meine Untersuchung zeigt, dass der *Amerikadiskurs* in Deutschland auch nach 1933 unverändert fortgeführt wurde, vor allem im Bezug auf den Themenbereich Wirtschaft. Zwar kam es im Bezug auf die Diskussion über die Rolle der Frau zu einer Verlagerung des Diskurses in der nationalsozialistischen Gesellschaft, andere Bestandteile des *Amerikadiskurses* blieben dagegen im Großen und Ganzen unverändert, wie etwa die Wahrnehmung des amerikanischen Films oder der amerikanischen Großstadt. Dies lässt sich wie folgt begründen:

*„Das Feuilleton bot am ehesten die Möglichkeit, abweichende Positionen zu artikulieren, aber auch hier war der Spielraum begrenzt, die kontinuierliche Nichtbeachtung von NS-Themen eher als die offene Kritik möglich.“*¹⁴

Das Feuilleton als modernes publizistisches und literarisches Genre war der ideale Ort für die Verbindung von Hoch- und Massenkultur, von Fakten und Fiktionen, mit denen ein *Orientierungswissen* geschaffen wurde, das in der Rückbindung Einfluss auf die Konstruktion der Wirklichkeitswahrnehmung hatte, wie sich an den untersuchten Phänomenen zeigen wird.

1.1 Stand der Feuilletonforschung

Die Schwerpunkte der frühen Feuilletonforschung lagen auf den feuilletonistischen Publikationen der 20er-, 30er- sowie der 50er- bis 60er-Jahre des letzten Jahrhunderts. Hierbei sei die „*Inhalt-Form-Haltung-Definition*“ Wilmont Haackes¹⁵ erwähnt.

¹² Vgl. Kerr, Alfred: *New Yorker Eindrücke. Titanenkirmes*. In: *Berliner Tageblatt (BT)*, 17.5.1922, AA. Und Kerr, Alfred: *New Yorker Eindrücke. Theater*. In: *BT*, 11.6.1922, MA.

¹³ Kerr, Alfred: *Yankee Land*. In: *BT*, 1.6.1924, MA.

¹⁴ Schütz, Erhard; Wegmann, Thomas: a. a. O., S. 395.

¹⁵ Haacke, Wilmont: *Feuilletonkunde: Das Feuilleton als literarische und journalistische Gattung. Handbuch des Feuilletons Bd. II*. Emsdetten, 1951. Diese Definition gilt in der neuesten Forschung als überwunden.

Nach den 60er-Jahren fand so gut wie keine Untersuchung des Feuilletons mehr statt. „*Die Forschung ist bei einem heute veralteten Stand der Feuilletonkunde der sechziger Jahre stehengeblieben, Quellenforschung bis in die letzten Jahre hinein ist so gut wie nicht mehr betrieben worden*“¹⁶, stellt Todorow in ihrer Untersuchung von 1996 fest. Das Feuilleton wurde lange Zeit von der Literaturwissenschaft ausgegrenzt, da man ihm vorwarf, oberflächliches *Konsumgenre* zu sein, und damit keine ernstzunehmende literarische Quelle. Erst Ende der 80er-Jahre wurde die Feuilletonforschung von der Literaturwissenschaft wieder aufgenommen. Dabei sei vor allem Georg Jäger erwähnt, der die wesentlichen Aufgaben der Feuilletonforschung formulierte.¹⁷

Die gegenwärtige Feuilletonforschung betrachtet Texte nicht mehr isoliert, sondern bewertet das Feuilleton in seinem Kontext. Kaufmann behauptet zudem: „*Es ist heute so gut wie unmöglich geworden, völlig unspezifisch von Feuilleton als Genre oder gar vom Feuilletonismus als Stil zu reden.*“¹⁸ Die bisherige Feuilletonforschung hat bei weitem noch nicht das ganze Forschungsfeld erschlossen. In der Vergangenheit war es vorwiegend die Literaturwissenschaft, die sich im Zeichen eines „*erweiterten Literaturbegriffs*“¹⁹ mit dem Feuilleton beschäftigte. Neuere Untersuchungen fanden aber auch innerhalb der Kommunikations- und Sozialgeschichtsforschung statt.

Eine umfassende Feuilletonerforschung, die das Feuilleton der bedeutendsten Zeitungen systematisch erfasst, fehlt fast völlig. Eine Ausnahme ist die komplexe Untersuchung des Feuilletons der *Frankfurter Zeitung* während der Zeit der Weimarer Republik von Almut Todorow. Ich schließe mich der Argumentation Todorows an, die davon ausgeht, dass das Feuilleton

„je nach Zeitungstyp, Lesermilieu, Verbreitungsgebieten und historischen Umständen so belanglos geschwätzig Artikel aufhäufen [kann] [...], Feuilleton kann aber auch wichtige alltagskulturelle, künstlerisch und wissenschaftliche Vermittlungsaufgaben erfüllen und ein

¹⁶ Todorow, Almut: *Das Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“ in der Weimarer Republik. Zur Grundlegung einer rhetorischen Medienforschung.* a. a. O., S. 3.

¹⁷ Jäger, Georg: *Das Zeitungsfeuilleton als literaturwissenschaftliche Quelle. Probleme und Perspektiven seiner Erschließung.* In: Martens, Wolfgang (Hrsg.): *Bibliographische Probleme im Zeichen eines erweiterten Literaturbegriffs: 2. Kolloquium zur bibliographischen Lage in der germanistischen Literaturwissenschaft*, Weinheim, 1988, S. 53 - 71. Eine Zwischenbilanz der Feuilletonforschung der letzten zwanzig Jahre wird im von Kai Kaufmann und Erhard Schütz herausgegebenen Sammelband geboten: *Die lange Geschichte der Kleinen Form. Beiträge zur Feuilletonforschung.* Weidler Berlin, 2000.

¹⁸ Kaufmann, Kai: a. a. O., S. 11.

¹⁹ Ebenda, S. 11.

*bedeutendes Diskursfeld für öffentliches Nachdenken und ästhetische oder gesellschafts-politische Innovationen ausbilden [...].*²⁰

Bei den bisher erfolgten empirischen Einzeluntersuchungen wird meist eine Feuilletonauswahl nach thematischen oder personenbezogenen Kriterien getroffen. Diese Herangehensweise durchdringt die Feuilletonlandschaft natürlich nur sehr begrenzt. Darüber hinaus fehlt es beispielsweise bei Editionen zu einzelnen Autoren oft an historischer Kommentierung, wodurch die jeweiligen Feuilletontexte nur mehr eingeschränkt rezipiert werden können. Kaufmann fordert daher eine hermeneutische Verknüpfung von Texten und Kontexten, damit die Zusammenhänge deutlich zutage treten können.²¹ Dies kann zusätzlich durch die Zusammenarbeit von mehreren wissenschaftlichen Disziplinen, wie der Publizistik, Geschichte, Literatur und Medienwissenschaften, optimiert werden. Denn, wie es Todorow ausdrückt,

*„[a]ls Publikationsort zahlreicher Informationen und mit unterschiedlichem Geltungsanspruch vorgetragener Auffassungen über die zeitgenössische Kultur und Gesellschaft ist das Feuilleton ein Forschungsgegenstand von erheblicher kommunikationssoziologischer, zeit-historischer und kultureller Aussagefähigkeit sowohl wie von literarischem und literatur-soziologischem Belang.“*²²

Die Redaktion einer Zeitung sowie ihre politische Orientierung bestimmten, an welches Leserpublikum sich das Feuilleton jeweils wandte. Für die Feuilletonforschung könnten die Informationen darüber, welcher Autor wo und in welchen Kontexten veröffentlicht hat, wichtige Hinweise geben, so Schütz. Als Beispiel führt er Joseph Roth an, der sowohl für den konservativen *Berliner Börsen Courier* wie auch für die *Frankfurter Zeitung* Feuilletons verfasste.²³ Mit der politischen Funktion des Feuilletons setzt sich auch Bernd Sösemann²⁴ auseinander. Sösemann macht deutlich, dass, auch wenn das Feuilleton auf den ersten Blick apolitisch gewesen sein mochte, die Auswahl der Themen, die Darstellungsform des Autors und die Platzierung des Feuilletons innerhalb der Zeitung durchaus einiges über die Einstel-

²⁰ Todorow, Almut: *Das Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“ in der Weimarer Republik. Zur Grundlegung einer rhetorischen Medienforschung.* a. a. O., S. 4.

²¹ Vgl. Kaufmann, Kai: *Zur derzeitigen Situation der Feuilleton-Forschung.* a. a. O., S. 10 - 24.

²² Todorow, Almut: *Das Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“ in der Weimarer Republik. Zur Grundlegung einer rhetorischen Medienforschung.* a. a. O., S. 46.

²³ Vgl. Schütz, Erhard: *„Ich zeichne das Gesicht der Zeit“. Skizzen zu Feuilleton und Feuilletonforschung aus der und zu der Zeit von 1918 und 1945.* In: Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): a. a. O., S. 177 - 188.

²⁴ Vgl. Sösemann, Bernd: *Politik im Feuilleton – Feuilleton in der Politik. Überlegungen zur kommunikationshistorischen Bedeutung literarischer Texte und zur ihrer medienwissenschaftlichen Interpretation.* In: Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): a. a. O., S. 40 - 59.

lung des Herausgebers aussagte. Die Leitartikel entsprachen von der Form her nicht einer sachlichen Nachricht, vielmehr waren sie „*Denkbilder*“, in denen ein Autor auf der ersten Seite Stellung zum aktuellen Geschehen nahm und dessen Auffassung höchst wahrscheinlich auch der Ansicht der jeweiligen Zeitungsredaktion entsprach. Sösemann plädiert deshalb dafür, auch die Leitartikel als politische Feuilletons zu betrachten.

Die Abgrenzung des Genres Feuilleton ist schwer, da es sich hierbei um sehr verschiedene Textsorten handeln kann, wie etwa eine Glosse, Theaterkritik, Stadtbeschreibung, Satire, Kurzgeschichte oder einen Reisebericht, Essay oder politischer Kommentar. Zudem „*ist [es] doch gerade die Eigenart des Feuilletons, dass es sich nicht eindeutig auf einen bestimmten Inhalt. bzw. eine bestimmte Form festlegen lässt.*“²⁵ Das Feuilleton ist ein literarisch-publizistisches Textgenre, das im medialen Kontext der kommunikativen Öffentlichkeit verstanden werden muss. Dabei können sich die Texte auf höchst unterschiedliche Kontexte beziehen, die jeweils Bestandteil des öffentlichen Diskurses und oft meinungsbildend sind. Somit ist nicht immer eindeutig zwischen einem erst vom Feuilleton hervorgerufenen Diskursen und einem *natürlich* entstandenen zu unterscheiden. Nichtsdestotrotz kann die Untersuchung des Feuilletons – unter Berücksichtigung des historischen, kulturellen und sozialen Kontextes – die Kenntnis über zeitgenössische Auseinandersetzungen in der Wissenschaft sowie im Alltag einer Epoche vertiefen. Bestätigt wird diese Auffassung auch in den jüngsten Feuilletonuntersuchungen von Barbara Wildenhahn²⁶ und Bernd Schmidt-Ruhe²⁷. Während Wildenhahn das Feuilleton als Diskursfeld für die Literaturkritik beleuchtet, beschäftigt sich Schmidt-Ruhe mit der Analyse des Wissenschafts- und Technikdiskurses. Schmidt-Ruhe geht in seiner Arbeit davon aus, dass nicht nur der Themenkreis *Kultur und Literatur* als Diskursfeld fungiert, in dem sich die Imagination mit dem Faktischen verbindet. Vielmehr schlussfolgert er:

„*Das Feuilleton schreibt sich als ‚Medium‘ des Wissens über das Wissen und Meinen in den Diskurs mit ein. Es ist kein neutraler Behälter, der das Wissen zeitneutral transportiert und*

²⁵ Kaufmann, Kai: *Zur derzeitigen Situation der Feuilleton-Forschung.*, a. a. O., S. 14.

²⁶ Wildenhahn, Barbara: *Feuilleton zwischen den Kriegen. Die Form der Kritik und ihre Theorie.* Wilhelm Fink München, 2008.

²⁷ Schmidt-Ruhe, Bernd: *Fakten und Fiktionen. Untersuchungen zur Wissenschaftsberichterstattung im deutschsprachigen Feuilleton der Tagespresse des 20. Jahrhunderts.* Konstanzer Online-Publikations-System (KOPS) 2007, <http://www.ub.uni-konstanz.de/kops/volltexte/2007/2314/>.

exponiert, sondern für das darin generierte Wissen zugleich Entstehungskontext wie Resonanzhintergrund.“²⁸

Die deutsche Feuilletonforschung konzentrierte sich überwiegend auf die Untersuchung des deutschen Feuilletons. Vereinzelt ging die Erforschung des deutschsprachigen Raums über die Landesgrenzen hinaus, konzentrierte sich dann aber vorwiegend auf die Selbst- und Fremdwahrnehmung von Städten sowie auf den Vergleich der zwei wichtigsten deutschsprachigen Zeitungsstädte: Wien und Berlin.²⁹ Eine Feuilletonforschung, die über den deutschsprachigen Kontext hinausgeht, ist gänzlich neu und nach wie vor ein Desiderat. Gerade in der heutigen Zeit, in der die politischen Grenzen zwischen den west-, mittel- und osteuropäischen Ländern geschwunden sind, ist es angebracht, auch die geistigen und kulturellen Grenzen niederzureißen. In den 20er- und 30er-Jahren waren die Weimarer Republik, Österreich und auch die Tschechoslowakische Republik Bestandteil eines gemeinsamen mitteleuropäischen Kulturraumes. Die Feuilletonforschung sollte daher nicht nur interdisziplinär, sondern auch interkulturell verfahren.³⁰

1.2 Zur Begründung der Quellenauswahl

Das Feuilleton war ein Genre, das von der Großstadt geschaffen wurde und das diese wiederum immer aufs Neue erschuf. Es war ein Genre, das sich intensiv mit der Urbanisierung der Städte auseinandersetzte.

Für die Zwecke der vorliegenden Untersuchung wählte ich Quellen, die in Berlin und Prag erschienen. Bei den deutschen Publikationen handelt es sich um Feuilletontexte des *Berliner Tageblatts* (siehe insbesondere im 1., 2. und 3. Kapitel), der Frauen- und Modezeitschrift *Die Dame* sowie der Gesellschafts- und Reisezeit-

²⁸ Ebenda, S. 30.

²⁹ Vgl. Jäger, Christian; Schütz, Erhard: *Städtebilder zwischen Literatur und Journalismus: Wien, Berlin und das Feuilleton der Weimarer Republik*. DUV Wiesbaden, 1999.

³⁰ Davon, dass der interkulturelle Ansatz der Feuilletonforschung erkannt wurde, zeugt auch ein von der Düsseldorfer Heinrich-Heine-Universität in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für mediale Studien der sozialwissenschaftlichen Fakultät der Karlsuniversität in Prag (Fakulta sociálních věd Centrum mediálních studií, Univerzita Karlova) geplantes Projekt, das leider nicht realisiert wurde. Das Ziel des Projekts war die Zusammenstellung einer bilingualen Datenbank des in Deutsch und Tschechisch geschriebenen Prager Feuilletons aus der Zeit der Ersten Tschechoslowakischen Republik. Als Forschungsquellen sollten die wichtigsten deutschsprachigen und tschechischen Tageszeitungen dienen, so etwa *Bohemia*, *Prager Tagblatt*, *Prager Presse*, *Národní listy* und *Lidové noviny*, die im Zeitraum von 1919 bis 1923 archiviert wurden. Das bestehende Archiv sollte für eine Internetdatenbank digitalisiert werden und die interdisziplinäre und komparative Forschung im Medien- und Kulturbereich unterstützen. Geplant waren zusätzlich Kommentare zu Biographien und Werken der Verfasser sowie weitere Erläuterungen. Auch der Zeitraum des Archivs sollte erweitert werden.

schrift *die neue linie* (siehe 4., 5. und 6. Kapitel). Bezüglich der Tschechoslowakei wurden die Zeitung *Lidové noviny* und die Zeitschrift *Eva* (siehe 7. und 8. Kapitel) ausgewählt.

Bei der Quellenauswahl konzentrierte ich mich auf Zeitungen, die in Berlin erschienen sind, hohe Auflagezahlen erreichten und denen eine meinungsbildende Funktion zugesprochen werden kann.

Zunächst erwog ich die Untersuchung von drei Zeitungen: einer liberalen Tageszeitung, einer konservativen und einer Boulevardzeitung. Vorab analysierte ich aus diesem Grund stichprobenartig die Jahrgänge 1920 und 1928 der Boulevardzeitung *B. Z. am Mittag*. Es zeigte sich allerdings, dass „*die schnellste Zeitung der Welt*“ zwar einen hohen Verbreitungsgrad hatte, ihre Berichterstattung über Amerika aber zu wenig differenziert und lediglich auf Sensationen und Klischees ausgerichtet war.

In Folge dessen konzentrierte ich mich bei den Tageszeitungen fortan auf drei Zeitungen, die weiterhin eine unterschiedliche politische Ausrichtung und eine hohe Auflagezahl aufwiesen, die aber in ihrem Niveau den Zielen meiner Untersuchung mehr entsprachen: auf den *Berliner Börsen Courier*, die *Deutsche Allgemeine Zeitung* und das *Berliner Tageblatt*.³¹ Die *Deutsche Allgemeine Zeitung* war eine liberal-konservative. Ich untersuchte die Jahrgänge 1919 bis 1921. Hierbei zeigte sich, dass mit Amerika zusammenhängende Themen – sofern es sich nicht um politische oder wirtschaftliche Berichte handelte – verhältnismäßig selten vertreten waren.

Beim *Berliner Börsen Courier* untersuchte ich den Zeitraum von 1918 bis 1925. Zwar handelt es sich um eine politisch konservativ orientierte Zeitung, jedoch war das Feuilleton unter Chefredakteur Emil Faktor liberal ausgerichtet. Es veröffentlichten hier dieselben Autoren wie im *Berliner Tageblatt*, beispielsweise Klabund, Roda Roda, Franz Kaiser, Iwan Goll, Anton Schnack, Hermann Bahr, Herbert Ihering, Walter Rathenau, Monty Jacobs, Oskar Loerke, Mynona, Else Lasker-Schüler, Fritz Lang, Stefan Zweig, Walter Hasenclever, E. E. Kisch, Theodor Heuss, Oskar Bie, Carl Zuckmayer oder Gabriele Tergit.

Das *Berliner Tageblatt* war eine bürgerlich-demokratische Tageszeitung, die 1872 vom Mosse-Verlag gegründet wurde und bis 1939 erschien. Das *Berliner Tageblatt* erzielte hohe Auflagezahlen, Mitte der 1920er-Jahre erschien es täglich in der

³¹ Näheres zu den Zeitungen: Koszyk, Kurt: *Deutsche Presse 1914 - 1945. Geschichte der deutschen Presse Teil III*. Colloquium Verlag Berlin, 1972.

Morgen- und Abendausgabe. 1919 betrug die Auflage rund 300 000 Exemplare³², die Tages- und die Wochenausgabe hatten zudem je eine Beilage. Das *Berliner Tageblatt* gehörte zu den führenden und wichtigsten liberalen Zeitungen auf dem Markt und sprach eine breite Bevölkerungsschicht an. Seine Qualität hatte das *Berliner Tageblatt* Theodor Wolff zu verdanken, der dort von 1906 bis 1933 Chefredakteur war und auch auf die Güte der Feuilletonbeiträge achtete. Zu den Autoren, die für diese Zeitung schrieben, gehörten unter anderen der Theaterkritiker Alfred Kerr sowie die Feuilletonisten Kurt Tucholsky, Joseph Roth, Gabriele Tergit und Egon Erwin Kisch.

Während der Sichtung der Stichproben wurde mir bewusst, dass die Untersuchung von drei deutschen Zeitungen – die wiederum die Untersuchung von drei in der Tschechoslowakei erschienenen Zeitungen erfordern würde – mit einem zu hohen zeitlichen und finanziellen Aufwand verbunden wäre. Ich entschloss mich deshalb, nur eine deutsche Zeitung auszuwählen, die sich in Bezug auf die Themenwahl am besten für die Zwecke meiner Untersuchung eignen würde. Das *Berliner Tageblatt* erwies sich schließlich als die geeignetste Quelle für die vorliegende Untersuchung, dank seiner liberalen Ausrichtung, seines Verbreitungsgrades und der hohen Qualität der Feuilletonbeiträge, wodurch es als repräsentativ für eine breite bürgerliche Bevölkerungsschicht gelten kann. Der *Amerikanisierungsdiskurs* wurde hier unter verschiedenen Gesichtspunkten behandelt, was eine differenzierte Betrachtungsweise ermöglichte.

Im Hinblick auf die Häufigkeit der relevanten Themenbereiche wählte ich für meine Untersuchung die Jahrgänge 1918 bis 1925, 1928, 1933, 1936 und 1938 aus. Zuvorderst war festzustellen, dass im Feuilleton erst ab dem Jahr 1920 langsam eine Abkehr von der Kriegsthematik und die Aufnahme neuer Themenerfolge. Ab 1922 schließlich wird Amerika im Feuilleton immer häufiger thematisiert. Nach der Einführung des Dawes-Plans zur Verbesserung der wirtschaftlichen Lage im Jahre 1924 (siehe Kapitel 2) verstärkte sich diese Tendenz zusätzlich. Die Jahre 1924, 1925 und 1928 geben Aufschluss über den *Amerika-* und *Amerikanisierungsdiskurs* während der Stabilisierungsphase der Weimarer Republik.

³² Koszyk, Kurt: *Deutsche Presse 1914 - 1945. Geschichte der deutschen Presse* a. a. O., S. 23. Infolge der Inflation sank seine Auflage auf 250 000, in den Folgejahren auf 140 000. Vgl. Graf, Rüdiger: *Die Zukunft der Weimarer Republik. Krisen und Zukunftsaneignungen in Deutschland 1918 - 1933*. Oldenbourg München, 2008, S. 49. 1931 sank die Auflage auf 60 000. Vgl. Todorow, Almut: *Das Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“ in der Weimarer Republik. Zur Grundlegung einer rhetorischen Medienforschung*. a. a. O., S. 85.

Das Jahr 1933 ist ein Umbruchsjahr und der Beginn einer radikalen politischen Umorientierung Deutschlands. Im Zusammenhang mit dem Feuilleton galt in der Forschung bisweilen die Auffassung, dass es nach 1933 keine wichtige Rolle mehr in der Presse spielte und dass es sich nicht weiterentwickelte. Neuere Feuilletonuntersuchungen, zu denen auch die vorliegende Analyse des *Berliner Tageblatts* zählt, widersprechen diesen Annahmen, mit den Worten von Schütz ausgedrückt:

„Jedenfalls kann keine Rede davon sein, dass mit der Ersetzung des Feuilletons durch den Terminus ‚Kulturpolitischer Teil‘ es keine Vielfalt der Formen und insbesondere keine ‚Kleine Form‘ gegeben habe. Eher verdichtet sich der Eindruck, dass es nach der kurzen Umbruchsphase 1933 / 1934, [...], nicht nur zur Stabilisierung, vielmehr zu einer kontinuierlichen Ausweitung gekommen ist.“³³

Bei der Untersuchung des Zeitraumes von 1933 bis 1938 stand daher im Fokus meines Interesses die Fragestellung, ob und wie sich der *Amerikadiskurs* im *Dritten Reich* veränderte, welche Bestandteile dieses Diskurses in den Vordergrund und welche in den Hintergrund traten.

Neben einer Fülle von Zeitungen erschienen auch zahlreiche Zeitschriften und Magazine, die das großstädtische Leben in den 1920er-Jahren prägten. Es gab Frauenzeitschriften unterschiedlichen Niveaus und politischer Ausrichtung, unter anderem etwa jene, die im Sinne der bürgerlichen Frauenbewegung politisch engagiert waren (z. B. *Die Frau im Staat*), oder solche, die sich an politischen Parteien orientierten (z. B. *Die Kommunistin*). Auch gab es parteiunabhängige Zeitschriften, wie beispielsweise *Die Frauentribüne* oder „Unterhaltungs- und Modeblätter wie ‚Die Dame‘ oder ‚Die elegante Welt‘, die sich nicht mit politischen Themen beschäftigten.“³⁴ Zu den bekanntesten Frauen- und Gesellschaftszeitschriften zählten *Die Dame*, *die neue linie* oder die *Elegante Welt*. Die Untersuchung von Frauenzeitschriften lag lange Zeit außerhalb des Forschungsinteresses, deshalb ist die Anzahl an Sekundärliteratur gering.³⁵

³³ Schütz, Erhard: „Ich zeichne das Gesicht der Zeit“. *Skizzen zu Feuilleton und Feuilletonforschung*. a. a. O., S. 186.

³⁴ Bock, Petra; Koblitz, Katja (Hrsg.): *Neue Frauen zwischen den Zeiten*. Edition Hentrich Berlin, 1995, S. 245.

³⁵ Während der hier vorliegenden Untersuchung stellte sich heraus, dass – bezogen auf die konkrete Frauenthematik – jene Zeitschriften, da eben Frauenzeitschriften, weitaus ergiebigere Quellen waren als das *Berliner Tageblatt*. Dennoch ist das *BT* als adäquate Quelle zu betrachten, welche die Tendenzen der Berichterstattung in den Zeitschriften bestätigt.

Forschungsmethoden

Das Feuilleton vermittelt ein Weltbild, das es gleichzeitig selbst mitentwickelt. Es wird in der Feuilletonforschung als stark kontextgebunden verstanden, was seine Untersuchung vor eine interdisziplinäre Herausforderung stellt:

„Das Feuilleton selbst muss als ein Ort der Vermittlung untersucht werden, an dem sich Literatur, Publizistik, Gesellschaft, Wirtschaft und Politik wechselseitig durchdringen. Darin besteht das Problem und die Erkenntnischance der Feuilleton-Forschung.“³⁶

Kaufmann ist der Überzeugung, dass die Feuilletonforschung heuristische Modelle braucht, *„welche die Text-Kontext-Verhältnisse und -Zusammenhänge umfassend beschreiben.“* Um das Feuilleton in seiner Komplexität erfassen zu können, d. h. sowohl die textliche, inhaltliche Seite als auch seine Einbeziehung in den breiteren historischen, gesellschaftlichen und kulturellen Kontext, sind mehrere Methoden notwendig, wie es Todorow zusammenfasst:

„Exponierte Diskurse müssen paradigmatisch über das Zeitungsganze hinweg mit dem Blick der historischen Diskursanalyse untersucht, die Isolierung der Sparten gegeneinander muss aufgegeben werden: Nicht nur, wo organisiert sich ein Diskurs in der Tageszeitung, sondern auch, welche Diskurse werden in welchen Ressortkontexten wie mit welchen textuellen und visuellen Mitteln in die Debatte gebracht und verhandelt [...].“³⁷

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird das Feuilleton – im Einklang mit der neuesten Forschung – als *Diskursfeld* verstanden, das die öffentliche Auseinandersetzung mit Alltagsphänomenen, die die zeitgenössische Gesellschaft bewegten, dokumentiert. Deshalb wurden sowohl Feuilletontexte *Unter dem Strich* wie auch Texte, die im Zeitungsganze und in den Kultur- und Sonderbeilagen erschienen, untersucht. Dabei wird davon ausgegangen, dass das Feuilleton ein bedeutendes zeitgenössisches Zeugnis ist, das zum tieferen und differenzierteren Verständnis der Vergangenheit beitragen kann. Es stellt eine ideale Quelle dar, um die Selbstwahrnehmung während des *Modernisierungsprozesses* zu erschließen. Zusammenfassend kann gesagt werden:

„Das Feuilleton, das Ensemble des damaligen Kulturjournalismus wie das scheinbar endlos fortlaufende Muster seiner Texte, war das Medium, das die Konstruktion von Wirklichkeit täglich erneuerte, die Gegensätze wie die Muster der Wahrnehmung prägte, Werte fortschrieb, veränderte oder ersetzte – als ein Prozeß von Tag zu Tag. Wie kaum eine andere Abteilung im Archiv der kulturellen Geschichte kann die des Feuilletons Auskunft geben über

³⁶ Kaufmann, Kai: *Zur derzeitigen Situation der Feuilleton-Forschung*. a. a. O., S. 12.

³⁷ Todorow, Almut: *Das Feuilleton im medialen Wandel der Tageszeitung im 20. Jahrhundert. Konzeptionelle und methodische Überlegungen zu einer kulturwissenschaftlichen Feuilletonforschung*. In: Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): a. a. O., S. 33.

die Selbstwahrnehmung der Zeit, liefert die intellektuell bestimmende Schreiberschaft das facettenreiche Selbstbild in der sozialen Realität der Epoche.“³⁸

Als Untersuchungsmethode, die dem Feuilleton in diesem Sinne am besten gerecht werden kann, kommt folglich eine Kombination aus heuristischer und hermeneutisch-analytischer Methode³⁹ in Frage, bei gleichzeitiger Berücksichtigung der Methoden der sozialgeschichtlichen Literaturwissenschaft⁴⁰, bei denen auch die Rezipienten mit einbezogen werden.

1.3 Die deutsche Presselandschaft der 1920er-Jahre

*„By the end of the nineteenth century, most city people read newspapers and, often enough only newspapers. [...] Yet popular newspapers did more than introduce the metropolis; they calibrated readers to its tremulous, machine-tempered rhythms. They fashioned ways of looking in addition to fashioning looks, and they trained readers how to move through streets and crowds in addition to guiding them among sensational sights. [...] That is why the turn-of-the-century metropolitan newspaper is the most suitable entryway into the nature of urban experience.“*⁴¹

Anfang des 20. Jahrhunderts änderte sich das Leseverhalten der breiten, finanziell schwächeren Bevölkerung, der Prozess ihrer Alphabetisierung war bis 1914 fast völlig abgeschlossen. Zentrum der Presseindustrie wurde Berlin. Peter Fritzsche konstatiert in seiner Untersuchung zur Pressegeschichte Berlins um die Jahrhundertwende: *„[...] Berlin had the greatest newspaper density of any city in Europe.“*⁴² Ein reiches Angebot an Zeitungen und Zeitschriften, das heutzutage nicht mehr vorstellbar ist, versorgte die Stadtbewohner mehrmals täglich mit Nachrichten aus der Stadt und über die Stadt. Die Presse und die Großstadt waren miteinander verwoben zu einem Gespinnst aus Informationen und Sensationen, und das Großstadtpublikum war ihr Konsument und Produzent zugleich. Die Großstadt stellte das nach Nachrichten gierige Massenpublikum zur Verfügung, und die Presse gestaltete die Wahrnehmung der Großstadt. Die Zeitung als das wichtigste Massenmedium, erfüllte nicht nur die Rolle des Nachrichtenüberbringers, sondern sie übte auch eine meinungsbildende Funktion aus. Die Zeitung war zugleich ein öffentliches Forum, in

³⁸ Jäger, Christian: *Nachwort*; In: Jäger, Christian; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Glänzender Asphalt. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik*. Fannei & Walz Berlin, 1994, S. 336.

³⁹ Vgl. Uwe, Japp: *Hermeneutik*. In: Brackert, Helmut; Stückrath, Jörn (Hrsg.): *Literaturwissenschaft. Ein Grundkurs*. Rowohlt Reinbek, 2000, S. 581 - 593.

⁴⁰ Vgl. Schön, Erich: *Sozialgeschichtliche Literaturwissenschaft*. In: Brackert, Helmut; Stückrath, Jörn (Hrsg.): a. a. O., S. 606 - 618.

⁴¹ Fritzsche, Peter: *Reading Berlin 1900*. Harvard University Press Cambridge, 1996, S. 15.

⁴² Ebenda, S. 16.

dem die Eindrücke und Wahrnehmungen des Alltags ihren Ausdruck fanden. Deshalb ist sie das geeignetste Medium für eine Untersuchung der urbanen Erfahrung während der 20er-Jahre und der frühen 30er-Jahre. Die Entwicklung des Pressewesens und die ständig wachsende Anzahl von Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen erreichte in den 1920er-Jahren ihren Höhepunkt. Bis heute ist diese Anzahl an Zeitungen und Zeitschriften nicht wieder übertroffen worden. Seit der Jahrhundertwende konzentrierte sich in Berlin darüber hinaus der Großteil der überregionalen Presse.

*„Um die Jahrhundertwende kamen von rund 7000 Zeitungen und Zeitschriften, die in Deutschland vertrieben wurden, allein in Berlin rund 1100 heraus. 1928 waren es infolge der durch die Erschütterungen zwischen 1914 und 1923 erfolgten Konzentrationen im Pressewesen immerhin noch je 100 Tageszeitungen und Wochenblätter sowie ca. 400 Fachzeitschriften.“*⁴³

Die Publizistik konzentrierte sich insgesamt auf wenige Erscheinungsorte, „vor allem auf Berlin, wo 1927 31,8 % aller deutscher Zeitschriften erschienen, und auf München.“⁴⁴ Für das Jahr 1928 wurde errechnet, dass in Berlin 2633 Zeitungen und Zeitschriften herausgegeben wurden, von denen die meisten zweimal täglich erschienen, und das sechsmal pro Woche.⁴⁵

Die großen Verlagshäuser wie Scherl, Mosse und Ullstein hatten ihren Sitz ebenfalls in Berlin. Die wachsende Konkurrenz unter diesen und die zahlreichen Innovationen des technologischen Herstellungsprozesses führten zur Entwicklung neuer Produkte, die sich sowohl an das Massenpublikum wie auch an speziellere Zielgruppen richteten. Man suchte nach Möglichkeiten, sich dem Zeitgeist anzupassen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Nach amerikanischem Modell entstanden die Boulevardblätter, wie z. B. die *B. Z. am Mittag*. Das Format der Zeitungen änderte sich, es wurde kleiner und handlicher, die Schrift wurde modern und Schlagzeilen wurden eingeführt, die – zusammen mit Bildern – Geschichten erzählten. Robert Musil meinte:

⁴³ Erbe, Michael: *Aufstieg zur Weltstadt*. In: Rytlewski, Ralf; Süß, Werner (Hrsg.): *Berlin. Die Hauptstadt. Vergangenheit und Zukunft einer europäischen Metropole*. Bundeszentrale für politische Bildung Bonn, 1999, S. 69.

⁴⁴ Schütz, Erhard; Wegmann, Thomas: a. a. O., S. 389.

⁴⁵ Vgl. Bienert, Michael: *Die eingebildete Metropole. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik*. Metzler Verlag Stuttgart, 1992, S. 7. Siehe auch: Theuer, Werner: *Zeitungsstadt*. In: Hickethier, Knut u. a. *Mythos Berlin. Zur Wahrnehmungsgeschichte einer industriellen Metropole. Eine szenische Ausstellung am Anhalter Bahnhof*. Ästhetik und Kommunikation Verlags-GmbH Berlin, 1987, S. 167 - 170.

„Das Blatt ist die typische Erscheinung im Großstadtleben der zwanziger Jahre, berechnet auf einen zerstreuten, überreizten Leser, der daran gewöhnt ist, sich in der Mittagspause die letzten Tagesnachrichten nahezu ausnahmslos, wie eine neutrale ‚Nährflüssigkeit‘ zuzuführen.“⁴⁶

Der Leser wurde morgens, nachmittags und abends über das Geschehen in seiner Stadt und in der Welt auf eine leicht verständliche Weise informiert. Um es mit den Worten von Alfred Döblin zu sagen: „*zehntausend Zeitungen, zwanzigtausend Berichte, fünf Wahrheiten*“.⁴⁷

Die Presse begann, sich zu modernisieren. Das Bild übernahm dabei zunehmend die Rolle der Worte, oft viel eingängiger als Worte, avancierte es zum nahezu wichtigsten narrativen Mittel der Boulevardzeitung. Damit auch die Tageszeitungen fürs breite Publikum noch interessanter wurden und die Leserschaft vergrößert, entwickelte man Beilagen, die den verschiedensten Geschmäckern entsprachen. So gab z. B. spezielle Beilagen für den Sportfan oder Bastler, für die Frau, für den Reiselustigen. Auch die vielen Illustrierten, die Zeitungsromane und die Wochenmagazine deckten den Bedarf der Leser nach Information und Unterhaltung.

1.3.1 Der Reporter und die Reportage

In den 1920er-Jahren kam es durch die Literarisierung von publizistischen Texten zu einer Erweiterung des Literaturbegriffs. Am meisten verbreitet waren die modernen Kurzformen Feuilleton und Reportage. Sie trafen den Nerv der Zeit, denn sie waren informativ, pointiert und aktuell zugleich. Der Reporter war das Gegenstück zum stillen Beobachter, dem Flaneur. Er ließ die Eindrücke nicht auf sich zukommen und einwirken, sondern begab sich zielgerichtet ins Dickicht der Großstadt, auf der Suche nach dem Stoff für seine Reportagen. In den 1920er-Jahren war er eine prägende Figur der Großstadtlandschaft. Siebenhaar macht in diesem Zusammenhang deutlich, dass der Reporter ein Produkt der US-amerikanischen Presselandschaft war, nach deren Muster sich die deutsche Presse in jener Zeit entfaltete. Im Reporter fand die moderne Großstadt einen idealen Partner: sie versorgte ihn tagtäglich mit Informationen und Sensationen, bot ihm eine breit gefächerte Leserschaft – und er verschaffte ihr tagtäglich Publizität.

⁴⁶ Zitiert nach Bienert, Michael: a. a. O., S. 10.

⁴⁷ Döblin, Alfred: *Berlin und die Künstler*. In: Beyer, Manfred (Hrsg.): *Die Vertreibung der Gespenster. Autobiographische Schriften, Betrachtungen zur Literatur, Aufsätze zur Kunst und Literatur*., Rütter & Loenning Berlin, 1968, S. 83.

„Amerika hat den Reporter erfunden. Er wurde an der Schwelle zum 20. Jahrhundert der erste wirkliche Feldforscher der Großstadt, ihr sezierender Ethnologe und ‚urbaner Kulturschafter‘ (Rolf Lindner) zugleich. Anders als dem Flaneur war dem ‚City Editor‘ – wie er sich damals noch nannte – jedes elitäre Pathos der Distanz fremd, er agierte notorisch neugierig als interessegeleiteter Spürhund im Dickicht der Städte. [...] Er war Jäger, Sammler, Schnüffler, Chronist, Analytiker, Enthüller, Ankläger, Anwalt – von morgens bis mitternachts.“⁴⁸

Wie auch das Feuilleton setzte sich die Reportage insbesondere mit dem aktuellen Geschehen und mit verschiedenen Facetten des Alltags auseinander. Soziale Themen standen dabei oft Mittelpunkt. Die Reportage erfüllte sowohl die Funktion der Berichterstattung als auch die der Unterhaltung, denn die Tatsachen mischten sich bei einigen Autoren häufig mit literarischen *Ausschmückungen*. Man denke hierbei etwa an Egon Erwin Kisch, der die Reportage schließlich zu einem literarischen Genre emporhob. Der amerikanische Soziologe Robert E. Park bemerkte bereits Ende der 1920er-Jahre: „*Nachrichten‘ und ‚Erzählungen‘ sind sich nun schon so ähnlich, dass es zuweilen schwierig ist, die beiden auseinanderzuhalten.*“⁴⁹ Die Aufgabe des Reporters bestand darin, sowohl das Gewöhnliche wie auch das Ungewöhnliche des Großstadtalltags aufzudecken und zu hinterfragen. „*Der Reporter-Blick hinter die Kulissen der ‚roaring twenties‘ bietet Einsichten in Mentalität und soziale Befindlichkeit der Epoche.*“⁵⁰ Die Reportage war – neben dem Feuilleton – ein Ort, an dem sowohl die Vorzüge wie auch die Schattenseiten des modernen Großstadtalltags aufgedeckt wurden.

1.3.2 Das Feuilleton als Reiseführer durch die imaginierte Stadt

Das Genre des Feuilletons bildete sich im 18. Jahrhundert in Frankreich heraus. Bei seiner frühesten Erscheinungsform handelte es sich um ein Annoncenbeiblatt, später entwickelte sich daraus die Sparte *Unter dem Strich*, die „*wechselnd mit Annoncen, Mitteilungen, Rätseln oder politischen und literarischen Kommentaren gefüllt worden war, ausschließlich der Pariser Theaterberichterstattung vorbehalten*“⁵¹. Schon das französische Feuilleton war ein städtisches Genre, das in erster

⁴⁸ Siebenhaar, Klaus (Hrsg.) *Nachwort*. In: Wilder, Billy; *Der Prinz von Wales geht auf Urlaub. Berliner Reportagen, Feuilletons und Kritiken der zwanziger Jahre*. Fannei & Walz Berlin, 1996, S. 150.

⁴⁹ Zitiert nach Gabler, Neal: *Das Leben, ein Film. Die Eroberung der Wirklichkeit durch das Entertainment*. Berlin Verlag Berlin, 1999, S. 90.

⁵⁰ Ebenda, S. 152.

⁵¹ Todorow, Almut: *Das Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“ in der Weimarer Republik. Zur Grundlegung einer rhetorischen Medienforschung*. a. a. O., S. 9.

Linie das kulturelle Leben in Paris schilderte. Es war der Flaneur⁵², der begann, seine Beobachtungen des Stadttags im Feuilleton niederzuschreiben. Am Anfang jener Stadtbeschreibung steht das 1782 entstandene und von Louis Sébastien Mercier verfasste Werk *Tableau de Paris*. Mercier behauptete sogar: „Für das *Tableau de Paris* bin ich so viel herumgelaufen, daß ich mit Recht sagen kann, es mit den Beinen geschrieben zu haben.“⁵³ Das Interesse Merciers galt dem ganzheitlichen Wesen und Geschehen der Stadt:

„Ihre sämtliche Bevölkerungsklassen durchforschte ich, und um das widerspruchsvolle moralische Profil der gigantischen Kapitale besser zu treffen, scheute ich auch nicht vor den durch Abgründe von jeglichem Überfluß getrennten Schattenseiten des Lebens zurück.“⁵⁴

Und Mercier gelang es in der Tat, mit seinem Werk ein facettenreiches Bild der Großstadt Paris zu zeichnen.

In Deutschland ist es die *Kölnische Zeitung*, die 1838 erstmals das Genre *Unter dem Strich* übernimmt. Als Forschungsgegenstand wird das Feuilleton dagegen erst 1876 von Ernst Eckstein entdeckt. Insgesamt setzten sich „[k]lare Prinzipien der Stoffanordnung durch die interne Zeitungsorganisation für den ganzen Zeitungsinhalt [...] endgültig erst gegen Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts durch.“⁵⁵ Zu dieser Zeit begannen das Feuilleton und andere Textformen, die das Besondere und Aktuelle der Großstadt einfingen, eine immer bedeutendere Rolle im Zusammenhang mit der Stadtwahrnehmung zu spielen.

„At the end of the nineteenth century, feuilleton sketches, short stories, line drawings, motion pictures, and ‚real life‘ eyewitness accounts became increasingly popular, since these formats caught so well the occasional and surprising aspects of the metropolis.“⁵⁶

In den 1920er-Jahren schließlich bringt Franz Hessel, der von Walter Benjamin als „Vorzeigeflaneur“ bezeichnet wurde, die Kunst des Flanierens und des deutschen Stadtfeuilletons zu einer Blüte. Mit seinen Beobachtungen, die er 1929 in seinem Buch „*Ein Flaneur in Berlin*“ festhielt, schuf er eine „ergangene“ Stadtbeschreibung

⁵² Prigge, Walter: *Geistesgeschichte und Stadtgeschichte: Wien, Frankfurt, Paris. Eine Skizze*. In: Prigge, Walter: *Städtische Intellektuelle. Urbane Milieus im 20. Jahrhundert*. Fischer Verlag Frankfurt am Main, 1992, S. 35.

⁵³ Wellmann, Angelika: *Der Spaziergang. Stationen eines poetischen Codes*. Würzburg, 1991, S. 131.

⁵⁴ Ebenda, S. 130.

⁵⁵ Todorow, Almut: *Das Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“ in der Weimarer Republik. Zur Grundlegung einer rhetorischen Medienforschung*. a. a. O., S. 11.

⁵⁶ Fritzsche, Peter: a. a. O., S. 9.

Berlins im Sinne Merciers. Er charakterisiert den Spaziergänger, den Flaneur als einen „Leser“, „*der ein Buch nur zu seinem Zeitvertreib und Vergnügen liest*“.⁵⁷

Das Flanieren, der Vorgang des *ziellosten* Spazierengehens und Beobachtens, scheint auf den ersten Blick gar nicht in das moderne Berlin jener 20er-Jahre zu passen. Und Hessel selbst klagte, dass das Flanieren⁵⁸ in Deutschland nicht üblich sei, denn er werde nicht für einen Beobachter, sondern eher für einen Taschendieb gehalten. Die Impressionen von der Stadt fügte Hessel zu einem Textgewebe von bildhafter Qualität zusammen und schuf somit „*[e]in Lehrbuch der Kunst, in Berlin spazieren zu gehen, ganz nahe dem Zauber der Stadt von dem sie selbst nichts weiß. Ein Bilderbuch in Worten.*“⁵⁹

Der Stadtraum ist der Entstehungsort und zugleich der Bezugspunkt des Feuilletons. Sein Verfasser, der Flaneur, begab sich zunächst als Müßiggänger, später wie ein Detektiv auf Entdeckungstour durch den urbanen Raum. Beim Schreiben verband er das Gesehene mit dem Wissen über die Stadt, die er selbst erlebte und hinter deren Oberfläche er blickte. Im Sinne Hessels wurde das Schreiben zum Entdecken und das Feuilleton zum Stadtführer nicht nur durch die wirkliche bzw. gelebte Stadt, sondern auch durch die imaginierte Stadt. Daher sind diese Texte als Geschichts- und Gesellschaftsführer zugleich zu verstehen. Das Feuilleton ist ein interaktives Genre, macht das Lesen zur Suche. Es bezieht den Leser mit ein, mit all seinem Vorwissen und seiner Erfahrung, und gestattet ihm somit, sich seine eigene Wirklichkeit zu konstruieren. Gleichzeitig verbindet das Feuilleton Alt und Neu in Form und Stil, schafft eine Brücke zwischen Hoch- und Massenkultur. Ihm gelingt das Kunststück, eine zeitlose Aussage über die jeweilige Zeit zu treffen, obwohl es an eine konkrete Zeit und einen konkreten Ort gebunden ist.

⁵⁷ Hessel, Franz: *Die Kunst, spazieren zu gehen*. In: Hessel, Franz: *Ermunterungen zum Genuß*. Arsenal Berlin, 1987, S. 107 - 111.

⁵⁸ Vgl. Prigge, Walter: a. a. O., S. 35. Vgl. zum Thema Flaneur auch: Köhn, Eckhardt: *Straßenrausch. Flanerie und die kleine Form. Versuch zur Literaturgeschichte des Flaneurs bis 1933*. Arsenal Berlin, 1989. Voss, Dietmar: *Die Rückseite der Flanerie. Versuch über ein Schlüsselphänomen der Moderne*. In: Scherpe, Klaus R. (Hrsg.): *Die Unwirklichkeit der Städte. Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne*. Rowohlt Reinbek, 1998, S. 37 – 60. Plath, Jörg: *Liebhaber der Großstadt: Ästhetische Konzeptionen im Werk Franz Hessels*. Igel Verlag Paderborn, 1994. Und: Landgrebe, Christiane; Kister, Cornelia: *Flaneure, Musen, Bohemiens. Literaten in Berlin*. Ullstein Buchverlage Berlin, 1998.

⁵⁹ Opitz, Michael; Plath, Jörg: „*Genieße, was du nicht hast.*“ *Der Flaneur Franz Hessel*. Königshausen & Neumann Würzburg, 1997, S. 83.

1.3.3 Das Feuilleton der 1920er-Jahre

Die 1920er-Jahre werden als die Blütezeit des Feuilletons bezeichnet:

„Es ist erkennbar und auch schon zeitgenössisch bemerkt worden, dass die Sparte Feuilleton sich nach dem Ersten Weltkrieg auszubreiten und auszudifferenzieren begann, indem zunehmend Rubriken und Beilagen eingeführt wurden.“⁶⁰

Somit bot das Feuilleton genügend Raum für die Behandlung von aktuellen Themen und Diskursen, die die Öffentlichkeit bewegten. Nach 1923, während der Stabilisierungsphase in Deutschland, kommt es zu einer Aufwertung des Feuilletons, es wird nicht mehr als „Nachtisch“ oder als „Eintagsfliege“ verstanden, sondern *„[e]s emanzipiert sich vom großen Vorbild Dichtung und beschreibt sich selbst als eigentlich zeitgemäßere Form von Literatur“⁶¹*. Mit seinen eigenen Mitteln reagierte es zeitnah auf das Geschehen und spiegelte die Stimmungen und Wahrnehmungen der Autoren, der Redaktion und eines Großteils der Bevölkerung wider. Dies verdeutlicht, wie wirkungsmächtig das Feuilleton war.

In den 1920er-Jahren gab es zahlreiche Feuilletonisten, jedoch nur einigen wenigen gelang es, literarisch wertvolle Feuilletons zu schaffen. 1927 behauptet Hanns Heinrich Bormann: *„Es gibt in deutscher Sprache unzählige Feuilletonschreiber, aber nur eine kleine Schar guter Feuilletonisten.“⁶²* Die Blütezeit des Feuilletons ist mit namhaften Feuilletonautoren verbunden, wie etwa Joseph Roth, Kurt Tucholsky, Victor Auburtin, Siegfried Kracauer, Bernard von Brentano, Anton Kuh, Arnold Höllriegel oder Gabriele Tergit, um nur einige zu nennen.

Die besondere Qualität des Feuilletons liegt gerade darin, dass es mehr war als nur der „Nachtisch“, als der es auf den ersten Blick erschien. Zwar mag sein Ton unterhaltend gewesen sein, seine Aussagekraft verminderte dies jedoch nicht. Oft erforderte das Verständnis der Texte vom Leser hohe Konzentration und Kenntnis des Kontexts. Der Feuilletonist war ein Meister der Andeutung: Ohne eindeutig Stellung zu beziehen, gelang es ihm spielend, das jeweilige Thema und seine Haltung dazu darzulegen. Joseph Roth kämpfte auch gegen den Vorwurf der Feuilletonkritik, dass das Feuilleton nur eine Nichtigkeit, eine Plauderei sei, und betrachtete sich

⁶⁰ Schütz, Erhard: *„Ich zeichne das Gesicht der Zeit“*. a. a. O., S. 181.

⁶¹ Jäger, Christian: *Wachträume unter dem Strich. Zum Verhältnis von Feuilleton und Denkbild*. a. a. O., S. 240.

⁶² Bormann, Hanns Heinrich: *Die Zeitung: Darstellung und Bericht. 1. Das Feuilleton*. In: Rockenbach, Martin (Hrsg.): *Wege nach Orplid. Bd. 22.*, Orplid Verlag Mönchengladbach, o. J., S. 7.

selbst als einen Chronisten, dessen Aufgabe es sei, das Aktuelle festzuhalten. Er schrieb:

*„Das Feuilleton ist für die Zeitung ebenso wichtig wie die Politik und für den Leser noch wichtiger. [...] Die moderne Zeitung braucht den Reporter nötiger als den Leitartikel. Ich bin nicht eine Zugabe, nicht eine Mehlspeise, sondern die Hauptmahlzeit. [...] Ich mache keine witzigen Glossen. Ich zeichne das Gesicht der Zeit. Das ist die Aufgabe einer großen Zeitung.“*⁶³

Der Begriff des Feuilletons bezeichnet sowohl eine Textsorte wie auch ein *Ressort*, den Kultur- und Unterhaltungsteil einer Zeitung. Als Textsorte ist das Feuilleton zwischen Literatur und Journalismus angesiedelt. Im Laufe der Zeit erweiterten sich die Formen und auch das Themenspektrum, mit dem sich das Feuilleton beschäftigte, was seine eindeutige Bestimmung manchmal erschwerte, denn es konnte sich genauso um eine Skizze, Kritik, Causerie, Kurzgeschichte oder um einen Essay handeln. 1927 konstatiert Bormann deshalb: *„Was das Feuilleton ist, lässt sich positiv kaum, negativ nur in grossen Umrissen aussagen. Seine Grenzen sind leichter deutlicher zu machen als seine Formen und [sein] Gehalt.“*⁶⁴ Gleichzeitig beschrieb er den Umstand, dass es nur einige Zeitungen gab, in denen das Feuilleton ein umgrenzter Textkorpus war:

*„Oft rechnet man ihm noch den laufenden Roman zu, fast überall auch dem unterhaltenden Teil, der Erzählungen, Skizzen, Novellen usw. umfasst, bis zu den Ausläufern: der Schach- und Rätselecke. Nur wenige grosse Zeitungen wahren dem Feuilleton sein Eigengesicht. Und trennen es von dem allgemeinen Unterhaltungsteil.“*⁶⁵

Das Feuilleton reagierte auf das aktuelle Geschehen, es war für den jeweiligen Tag bestimmt, dennoch lag der Anspruch des literarisch hochwertigen Feuilletons darin, einen dauerhaften Wert zu schaffen. Obwohl nicht alle Feuilletonbeiträge diesen Anspruch erfüllen konnten, gab es einige Autoren, denen dies gelang. Paul Fechter, der das Feuilleton in *Dichtung und Journalismus* untersuchte, kam zu dem Ergebnis: *„Im guten Feuilleton wird in der Tat der Versuch unternommen, unter Umständen mit dichterischen Mitteln Dienst am Tage zu tun.“*⁶⁶ Laut Bormann ist das „gute“ Feuilleton ein *„Kunstwerk des Journalismus“*.⁶⁷ Seiner Auffassung nach waren es vielmehr der Stil und die Schreibfertigkeit als der Inhalt, die ein „gutes“ Feuilleton ausmachten. Er behauptete:

⁶³ Zitiert nach Prümm, Karl: a. a. O., S. 81.

⁶⁴ Bormann, Hanns Heinrich: a. a. O., S. 4.

⁶⁵ Ebenda, S. 4.

⁶⁶ Ebenda, S. 3.

⁶⁷ Ebenda, S. 5.

„Damit es nicht doch blosse Betrachtung, blosses Referat usw. bleibt, [muss] ein Mehr hinzukommen: Die Formkraft des Schreibenden. [...] so dass der Leser nicht nur mit dem Was, sondern gleichermassen, ja besonders mit dem Wie gefangengenommen wird.“⁶⁸

Der Feuilletonstil hatte einen oftmals kritischen und häufiger noch ironischen bis sarkastischen Unterton, der den Leser herausfordern und gleichzeitig unterhalten sollte. In der *Brockhaus*-Definition aus dem Jahr 1930 heißt es:

„Im allgem. wird im Feuilletonstil das Erlebnis, der Gedanke, die Stimmung des Schriftstellers in freier Gedankenfolge mit geistvoller und witziger Ausdrucksform: Wortspiele, Antithese, Paradoxa stark betont, um den Leser rein durch die Form der Darstellung anzuziehen.“⁶⁹

Die Kenntnis zeitgenössischer Auseinandersetzungen mit dem Feuilleton ermöglicht einerseits einen Einblick in seine Entwicklungsgeschichte. Gleichzeitig liefern sie ein Zeugnis der wachsenden Bedeutung des Genres und dokumentieren seine Relevanz nicht nur als moderner Textsorte, sondern als Darstellungsmittel, das sich an der Konstituierung der medialen Öffentlichkeit beteiligte und die zeitgenössische Welterfahrung prägte.

1.4 Das Feuilleton des *Berliner Tageblatts* von 1918 bis 1933

Das *Berliner Tageblatt* war während der Weimarer Republik eine der bedeutendsten liberalen Tageszeitungen, „eine großstädtische Zeitung liberaler Observanz im Weltmaßstab“⁷⁰. Mit seinem Feuilleton bot es – neben anderen bedeutenden Zeitungen – ein Forum für die Entfaltung eines „gesellschaftlichen und kulturräsonierenden Diskurs[es]“⁷¹. Der Chefredakteur des *Berliner Tageblatts* war bis 1933 Theodor Wolff, das Feuilleton wurde von 1921 bis 1932 von Fred Hildenbrandt geleitet und war für sein hohes Niveau bekannt. Für die Theaterkritik war bis 1933 Alfred Kerr zuständig, für die Literatur- und Theaterkritik Fritz Engel, für die Film- und Literaturkritik Leo Hirsch. Das *Berliner Tageblatt* erschien zweimal täglich als Morgen- und Abendblatt, am Sonntag erschien es nur einmal. Die Morgenausgabe war umfangreicher als die Abendausgabe. Die Sonntagsausgabe hatte mehrere Beilagen.

⁶⁸ Ebenda.

⁶⁹ *Der große Brockhaus. Handbuch des Wissens in 20 Bänden. Bd. 6.* Leipzig, 1930, S. 206.

⁷⁰ Oschilewski, Walter Georg: *Zeitungen in Berlin im Spiegel der Jahrhundertwende.* Haude & Spenersche Buchhandlung Berlin, 1975, S. 180.

⁷¹ Todorow, Almut: *Das Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“ in der Weimarer Republik. Zur Grundlegung einer rhetorischen Medienforschung.* a. a. O., S. 12.

Das Feuilleton befand sich auf der ersten Seite *Unter dem Strich*. Dabei handelte es sich meist um eine Kurzgeschichte, eine Skizze oder um einen Essay und setzte sich auf der zweiten Seite *Unter dem Strich* fort. Das politische Feuilleton – der Leitartikel – befand sich in der rechten Spalte der ersten Seite. Weitere Feuilletons waren in den Beilagen zu finden. Die Anzahl der Beilagen erhöhte sich in der Mitte der 1920er-Jahre; es erschienen beispielsweise das *Handelsblatt*, das *Illustrierte Sportblatt*, das *Reiseblatt*, die *Literarische Rundschau*⁷², verschiedene Sonderbeilagen und sogar eine spezielle Berlinseite⁷³. Von der hohen Qualität der Feuilletonbeiträge zeugen schon die Autoren, welche hier veröffentlichten, wie Heinrich Mann, Stefan Zweig, Lion Feuchtwanger, Arnold Höllriegel, Victor Auburtin, Roda Roda, Alfred Polgar, Herbert Ihering, Egon Erwin Kisch, Anton Kuh, Kurt Tucholsky, Klabund, Otto Flake, Walter von Molo, Paul Bloch, Max Brod, Hermann Hesse, Fred Hildenbrandt, Anton Schnack, Gabriele Tergit, Claire Goll, Erich Mühsam, René Schickele u. a.

Im Kontext dieser Arbeit standen bei der Feuilletonanalyse die Themenbereiche *Stadt*, *Frau* und *Amerika* im Vordergrund. Die liberale Einstellung des *Berliner Tageblatts* spiegelte sich deutlich gerade auch in der Auseinandersetzung mit diesen Themen, wie insbesondere im 2., 3. und 6. Kapitel gezeigt wird.

1.5 Das Feuilleton des *Berliner Tageblatts* von 1933 bis 1938

Nach der „*Machtergreifung*“ Hitlers wurde das *Berliner Tageblatt* vom 10. bis zum 13. März 1933 verboten, nach einem Redaktionswechsel wurde das Verbot wieder aufgehoben. In den Jahren 1934 bis 1936 war sein Chefredakteur Paul Scheffer, ihm folgte der Nationalsozialist Erich Schwarzer, der bis 1938 tätig war. Das Feuilleton wurde bis 1936 von Erich Pfeiffer-Belli und Paul Fechter geleitet, danach bis 1938 von Karl Korn und schließlich 1939 von Wilmont Haacke. Für die Theaterkritik war von 1934 bis 1936 Herbert Ihering zuständig. Das *Berliner Tageblatt* erschien weiterhin zweimal täglich, einmal wöchentlich erschienen die Beilagen *Weltspiegel*, *Modenspiegel*, *Technische Rundschau*, *Haus / Hof / Garten* und die *Illustrierte Gratiszeitschrift*. Infolge der *Gleichschaltung der Presse* nach 1933 kam es zu einer Politisierung des *Berliner Tageblatts* und zum Rückgang der Auflagenzahlen. Trotz zahlreicher Versuche, diesem Prozess entgegenzuwirken, gelang es nicht, die

⁷² In: *BT*, 3.8.1924, MA.

⁷³ In: *BT*, 1.5.1928, MA.

Popularität der Zeitung wieder zu erhöhen. 1939 wurde das *Berliner Tageblatt* schließlich eingestellt.

Viele namhafte Feuilletonisten der 1920er-Jahre, die entweder jüdischer Herkunft oder politisch nicht konform waren, mussten die Redaktion 1933 verlassen. Vorher weniger bekannte oder junge Autoren wie Peter Bamm, Paul Fechter, Paul Scheffer, Erik Reger, Erich Pfeiffer-Belli, Bruno Manuel, Hans Huffzky, Wilmont Haacke, Will Vesper oder Helene von Nostitz, schrieben nun für das *Berliner Tageblatt*. Margret Boveri, die hier seit 1934 tätig war, schrieb in ihrer Autobiografie, dass die damalige Redaktion aus einer Mischung von „lauten Anfängern“ und den „Resten vom alten *Berliner Tageblatt*“⁷⁴ bestand.

Die Haltung der Nationalsozialisten dem Feuilleton gegenüber war ambivalent. Einerseits wurde dieses Genre als Bestandteil der *entarteten* Kultur der Weimarer Republik verpönt, andererseits war es bei einer breiten Leserschaft immer noch sehr beliebt und ließ sich somit für die Zwecke des Regimes nutzen.

Die vorliegende Untersuchung wird belegen, dass es weder bei der Platzierung des Feuilletons innerhalb der Zeitung noch im Hinblick auf seine Häufigkeit Veränderungen gab. Auch die Textformen scheinen sich nicht geändert zu haben. Das Feuilleton erschien weiterhin auf der ersten Seite *Unter dem Strich*, im *Kulturpolitischen Teil* sowie als Bestandteil von Beilagen, z. B. in *Die Brücke*, die am Sonntag erschien und aus den Teilen *Literatur der Zeit* und *Film der Zeit* bestand. Weitere Beilagen waren die *Medizinische Umschau*, *Technik der Zeit*, *Ulk* und *Das Reiseblatt*.

Zwar wurde die Presse im Sinne der nationalsozialistischen Ideologie politisiert, und die Autoren unterlagen der politischen Zensur. Dennoch gab es Unterschiede, in welchem Grad die Zeitungen politisiert waren, und es gab Nischen, in denen apolitisch geschrieben werden konnte. Eine dieser Nischen war das Feuilleton. Davon zeugt unter anderem die Tatsache, dass im *Berliner Tageblatt* auch nach 1933 Autoren wie Franz Hessel, Else Lasker-Schüler, Stefan Zweig, René Schickele, Hans Natonek, Iwan Heilbutt oder Friedrich Schnack veröffentlichen konnten. Besonders häufig waren ferner die Autoren Peter Bamm und Paul Fechter vertreten. Davon, dass das Feuilleton auch nach 1933 ein fester Bestandteil des *Berliner Tageblatts* blieb, zeugen die folgenden Zeilen aus dem Jahre 1938, welche die Sparte Feuilleton ganz im Sinne der 20er-Jahre charakterisieren:

⁷⁴ Vgl. Boveri, Margret / Johnson, Uwe (Hrsg.): *Verzweigungen. Eine Autobiographie*. DTV München, 1982, S. 240.

*„[...] Erfüllt von ihrem hohen Range,
 Tanzt bald in Moll
 Und bald in Dur,
 je nach dem Wechsel der Belange,
 Die Sparte, die man heisst: Kultur.
 Auch wiegt sie gerne sich mitunter
 Im Takt des Schlagers der Saison,
 Nickt jedem heiter zu und munter,
 Doch nennt sie sich dann – Feuilleton.“*⁷⁵

⁷⁵ Bubendey, Friedrich: *So tanzt die Presse*. In: *BT*, 6.2.1938.

2 Der Amerika-Diskurs als Bestandteil des *Modernisierungsdiskurses* in der Weimarer Republik

*„Amerika ist schon so oft entdeckt worden und wird von jedem neu entdeckt, es gehört geradezu zum guten Ton eines Weltmannes, Amerika zu entdecken. Und doch müsste man, um Amerika zu entdecken, wie es ist, und es unter eine Formel zu bringen, vorerst gestorben, und hernach auf dem Schauplatz seines Urteils wieder auf die Welt gekommen sein. [...] Ach was, Amerika liegt am Monde, und es ist ein Mangel an Positivismus, sich darauf zu beziehen. Amerika gibt's überhaupt nicht.“*⁷⁶

Die *Neue Welt* wurde seit ihrer Entdeckung als Verheißung des Neubeginns und als *Land der unbegrenzten Möglichkeiten* wahrgenommen. Im Europa des 20. Jahrhunderts, das durch politische und gesellschaftliche Umwälzungen gekennzeichnet war, wurde die Auseinandersetzung mit *Amerika* zu einem der wichtigsten Diskurse, der nicht nur das Politische und Ökonomische, sondern auch den Kultur- und Alltagsbereich umfasste. Die USA standen für Demokratie, technischen Fortschritt und wirtschaftlichen Reichtum, für eine moderne multiethnische und multikulturelle Gesellschaft. Zudem galten sie als Vorbild für eine rationalisierte Gesellschaft schlechthin.

*„Es muß daher zwischen der Debatte über das Modell der USA im besonderen und über die Auseinandersetzung um dessen Vorbildhaftigkeit für den deutschen bzw. europäischen Weg in die Moderne im allgemeinen unterschieden werden [...]“*⁷⁷

Nach dem Ersten Weltkrieg stieß die Vorstellung von *amerikanischen* Gesellschaftsverhältnissen in Deutschland jedoch teilweise auf große Ablehnung, vor allem innerhalb der konservativen intellektuellen Kreise sowie bei den zur Sowjetunion tendierenden Linken. Wobei an dieser Stelle gleichzeitig hervorgehoben werden muss, dass der aufgeschlossene, liberale Teil der Bevölkerung, insbesondere die junge Generationen, über jene *amerikanische* Kultur begeistert waren, weil sie als Auf-

⁷⁶ Müller, Robert: *Der Roman des Amerikanismus*. Zitiert nach: Göktürk, Deniz: *Künstler, Cowboys, Ingenieure ... Kultur- und mediengeschichtliche Studien zu deutschen Amerika-Texten 1912 - 1920*. Wilhelm Fink Verlag München, 1998, S. 211.

⁷⁷ Schmidt, Alexander: *Reisen in die Moderne. Der Amerika-Diskurs des deutschen Bürgertums vor dem Ersten Weltkrieg im europäischen Vergleich*. Akademie Verlag Berlin, 1997, S. 33. Schmidt untersucht und vergleicht anhand von Amerika-Reiseberichten, Essays usw. die bürgerliche Mentalität in Deutschland, England, Frankreich und Italien vor 1918. Amerika dient ihm dabei als Topos, anhand dessen er die bürgerliche Auseinandersetzung mit der zeitgenössischen Gesellschaft und Modernisierung darstellt. Er analysiert die stereotypen Vorstellungen über amerikanische Gesellschaftsstrukturen, die amerikanische Mentalität, die Rolle der Frau und der Familie sowie die amerikanische Großstadt. Er kommt zu dem Ergebnis, dass Amerika bei allen bürgerlichen Eliten der untersuchten Länder gleichermaßen als Modell für die Modernisierung galt, vor allem in den Bereichen Wirtschaft und Gesellschaft. Vgl. hierzu auch: Becker, Frank; Reinhardt-Becker, Elke (Hrsg.): *Mythos USA. „Amerikanisierung“ in Deutschland seit 1900*. Campus Verlag Frankfurt / New York, 2004.

lockerung und Demokratisierung der verkrusteten deutschen Gesellschaftsverhältnisse betrachtet wurde.

Die Debatten um die *Amerikanisierung* in der Zwischenkriegszeit repräsentieren somit einen Diskurs, der die Auseinandersetzung mit dem *Modernisierungsprozess* und mit den sich daraus ergebenden Veränderungen innerhalb der eigenen Kultur widerspiegelt. Zwar konnten die Deutschen wirtschaftlich nicht mit den USA konkurrieren, in ihrer kulturellen Entwicklung aber fühlten sie sich unschlagbar und den US-Amerikanern überlegen. Dieses kulturelle Erbe galt es zu beschützen, war es doch das Einzige, was dem nationalen Stolz geblieben war. Amerika, das die wirtschaftliche Vormacht hatte, wurde eine *höhere* Kultur nicht zuerkannt; diese sprach man ausschließlich Europa, der *alten Welt* zu. Dennoch ist ein Zusammenhang zwischen dem *Modernisierungs-* und dem *Amerikanisierungsdiskurs* eindeutig zu belegen, so Deniz Göktürk: „*Egal, ob die Modernisierungsprozesse positiv oder negativ bewertet wurden, sie wurden als Amerikanisierung aufgefasst.*“⁷⁸

Da also die gesellschaftliche *Modernisierung* bzw. die Globalisierung in der Forschung der 1920er-Jahre maßgeblich als *Amerikanisierung* diskutiert wurden, soll dieser *Amerikanisierungsdiskurs* das Leitmotiv der vorliegenden Arbeit bilden. Das 2. Kapitel greift die Ergebnisse jener Forschung auf, fasst sie zusammen und ergänzt sie, einerseits um die Analyse der Amerika-Wahrnehmung nach 1933, andererseits um den Vergleich des *Amerikanisierungsdiskurses* in der Tschechoslowakei. Anhand ausgewählter Feuilletontexte werde ich darüber hinaus darlegen, wie die vermeintliche *Amerikanisierung* wahrgenommen und dargestellt wurde und welchen Einfluss die Perzeption von Amerika auf den Alltag von 1918 bis 1938 hatte. Dabei sei betont, dass das Bild Amerikas ein Konstrukt war, das nicht mit den realen US-amerikanischen Verhältnissen gleichzusetzen ist. Vielmehr offenbart dieses Konstrukt allgemeine Vorstellungen, die von der modernen Massenpresse generiert und verbreitet wurden.

Amerika wird in dieser Arbeit als Vergleichseinheit von gesamtgesellschaftlichem Ausmaß nicht nur innerhalb der deutschen, sondern auch der tschechoslowakischen Gesellschaft (7. Kapitel) untersucht. Als Bezugsgröße dient dabei der urbane Kulturkontext (3. Kapitel), der wiederum einen weiteren wichtigen Bestandteil des *Amerikanisierungsdiskurses* generierte: den *Feminisierungsdiskurs*, der als geistiger und kultureller Prozess verstanden wurde (5. und 8. Kapitel).

⁷⁸ Göktürk, Deniz: a. a. O., S. 87.

2.1 Der Amerika-Diskurs vor 1918

Alfred Kerr schrieb 1899 über das 19. Jahrhundert: „Die stärksten fortschrittlichen und die stärksten rückschrittlichen Gewalten sind aus Deutschland gekommen [...]. Das 19. Jahrhundert war das deutsche Jahrhundert.“⁷⁹ Dem Deutschen Kaiserreich gelang infolge der Industrialisierung in den 1870er- und 1880er-Jahren ein rascher wirtschaftlicher Aufstieg, was ihm eine Position unter den wichtigsten Industrienächten sicherte. Kaiser Wilhelm II. verfolgte zunehmend eine Politik, die das Land als Weltmacht etablieren sollte.⁸⁰ Noch „1914 lag das Deutsche Reich gemeinsam mit Großbritannien in der Industrieerzeugung hinter den USA weltweit auf dem zweiten Platz.“⁸¹ Der Erste Weltkrieg unterbrach diese Entwicklung, und die Folgen des Krieges waren für die Deutschen sowohl schmerzliche als auch prägende Erfahrungen. Der Zerfall des Kaiserreichs bedeutete den Verlust der politischen und ökonomischen Souveränität, was für das deutsche Selbstbewusstsein ein schwerer Schlag war. „Durch die Niederlage und die Revolutionsereignisse vom Herbst 1918 war der bis in die letzte Phase des Krieges gehegte wilhelminische Traum von der, Weltmacht Deutschland’ zerstört worden.“⁸²

Die Wahrnehmung der USA fand im Kaiserreich aus der Position wirtschaftlicher Konkurrenz statt; Amerika wurde vor allem auf ein Land der effizienten Ökonomie reduziert. Czaja, der sich in seiner Arbeit⁸³ damit beschäftigt, welche Auswirkungen

⁷⁹ Kerr, Alfred: *Mein Berlin. Schauplätze einer Metropole*. Aufbau-Verlag Berlin, 1999, S. 163.

⁸⁰ Vgl. hierzu: Sösemann, Bernd: *Exerzierfeld und Labor deutscher Geschichte. Berlin im Wandel der deutschen und europäischen Politik zwischen 1848 und 1933*. In: Rytlewski, Ralf; Süß, Werner: a. a. O., S. 100 - 120.

⁸¹ Erbe, Michael: a. a. O., S. 64.

⁸² Mayer, Dieter: *Die Epoche der Weimarer Republik*. In: Žmegač, Viktor (Hrsg.): *Geschichte der deutschen Literatur vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart. Bd. III/1 1918 - 1945*. Athenäum Verlag Weinheim, 1994, S. 1.

⁸³ Czaja, Marek: *Die USA und ihr Aufstieg zur Weltmacht um die Jahrhundertwende: Die Amerika-Perzeption der Parteien im Kaiserreich*. Duncker & Humblot Berlin, 2006. Czaja analysiert in seiner Arbeit die Auseinandersetzung der deutschen Parteien mit Amerika und amerikanischer Weltpolitik. Dabei kommt er zu dem Schluss, dass dabei parteipolitische Interessen im Vordergrund standen und dass jene Auseinandersetzungen vor allem als Bestandteil eines innenpolitischen Machtkampfes zu verstehen sind. Zur politischen Beziehung des Kaiserreichs zu den USA siehe auch: Reiling, Johannes: *Deutschland: Safe for Democracy? Deutsch-amerikanische Beziehungen aus dem Tätigkeitsbereich Heinrich F. Albers, kaiserlicher Geheimrat in Amerika, erster Staatssekretär der Reichskanzlei der Weimarer Republik, Reichsminister, Betreuer der Ford-Gesellschaften im Herrschaftsgebiet des Dritten Reichs 1914 bis 1945*. Franz Steiner Verlag Stuttgart, 1997. Reilings Beitrag zu den deutsch-amerikanischen Beziehungen im 20. Jahrhundert besteht in der Beschreibung der Tätigkeitsbereiche jenes Geheimrats Heinrich Albers in 1914 bis 1945. Albers war Mitglied der aufstrebenden Mittelschicht und typischer Vertreter eines Deutschen, wie es im Vorwort heißt. Er war von 1914 bis 1917 in Amerika stationiert, wo er auf neutralen US-

der Aufstieg der USA auf die politischen Diskussionen der deutschen Parteien hatte, stellt fest, dass der deutsche Amerika-Diskurs gegen Ende des 19. Jahrhunderts beginnt. Bereits seit 1880 war in Deutschland – so Czaja – im Agrar-, aber auch im Industriesektor der wachsende Konkurrenzdruck durch die Vereinigten Staaten zu spüren. „Das Amerika der ersten Jahre des 20. Jahrhunderts präsentierte sich den Zeitgenossen in einem neuen Licht, als ein Neuling auf der Weltbühne mit enormen wirtschaftlichen Potenzial und außenpolitischer Bedeutung.“⁸⁴

Die Auseinandersetzung mit Amerika wurde zum Modell für den innenpolitischen Kampf, in dessen Rahmen über die wirtschaftliche und politische Situation im Kaiserreich diskutiert wurde. Man suchte nach Möglichkeiten, der technologischen und ökonomischen Überlegenheit Amerikas begegnen zu können. Die Notwendigkeit, sich vor der US-amerikanischen Konkurrenz zu schützen, beförderte schon um die Jahrhundertwende den Gedanken an ein gemeinsames europäisches Vorgehen im Bezug auf die weltweiten Einflussphären und Besitzstände. Um 1890 wurde das Mitteleuropa-Konzept entwickelt, der Plan eines Abwehrblocks gegen die USA. Die „Weltreichslehre“ ging davon aus, dass Deutschland drei Weltreichen gegenüberstehe, gegen die es sich schützen müsse: dem Britischen Reich, dem Panamerikanismus und dem Panslavismus.

Die Position des Kaiserreichs gegenüber Amerika war eine ambivalente: Einerseits wurde es – wie gesagt – zunehmend als wirtschaftlicher Konkurrent betrachtet, andererseits fand im Kaiserreich ein vergleichbarer Modernisierungs- und Industrialisierungsprozess statt: „The centre of resistance to American principles in Europe lies in Berlin, and the leader against and great protagonist of Americanisation is the Kaiser of Germany.“⁸⁵

Der wirtschaftliche Aufschwung zu Ende des 19. Jahrhunderts veränderte schließlich die Beziehung zu den USA, die nun zu einem Urlaubsziel wurden – selbstverständlich nur für jene, die über die nötigen finanziellen Mittel verfügten. Und das Interesse an diesen Reisen war groß⁸⁶:

amerikanischen Boden gegen die Feinde Deutschlands, vor allem gegen Großbritannien arbeitete, was in den USA zu Verstimmungen gegenüber Deutschland führte.

⁸⁴ Czaja, Marek: a. a. O., S. 325.

⁸⁵ Stead, William Thomas: *The Americanisation of the World; or the Trend of the Twentieth Century*. H. Markley London, 1902, S. 65.

⁸⁶ In der Folge erschienen zahlreiche Reisebeschreibungen und -tagebücher. „In den ersten Jahren vor dem Ersten Weltkrieg wurde der deutschsprachige Literaturmarkt geradezu überschwemmt von Büchern über die Vereinigten Staaten.“ Oltmann, Joachim: *Stadt der Zukunft, Reich des Bösen. Wie New York, Weltmetropole des Fortschritts, bei den Deutschen aus dem Kaiserreich Sehnsüchte weckte – und Vernichtungsfantasien*. In: *Die Zeit*, Nr. 37, (September) 2002, S. 94.

„[Mit] der wilhelminischen Ära des preußisch-deutschen Kaiserreichs (und der einsetzenden Hochkonjunktur) begann sich der Blick auf Amerika zu verändern. Aus dem Land der Zuflucht wurde ein touristisches Reiseziel. [...] Politiker, und Professoren, Dichter und reiche Damen, Adlige und Arbeiter kamen und schrieben [...]“⁸⁷

Schmidt, der sich in seiner Untersuchung auf Reiseberichte und -essays stützt, versucht, den deutschen Amerika-Diskurs in einen breiteren gesellschaftlichen Rahmen einzubinden. In seiner Arbeit zum Amerika-Bild des deutschen Bürgertums im Kaiserreich konstatiert er die *„Modellfunktion fremder Gesellschaften“* und die Funktion Amerikas als *„Projektionsfläche“* der Befindlichkeiten und Wünsche des Betrachters.⁸⁸ Somit stehe fest, dass Amerika ein Leitbild der Moderne war: Es ermöglichte den Europäern, die Zukunft anhand konkreter Beispiele zu diskutieren.

„Der Begriff ‚Amerikanisierung‘ war jedoch in der Kaiserzeit nicht durchgehend negativ besetzt, manche zeitgenössischen Beobachter sahen in amerikanischen Produktionsweisen und Wirtschaftsformen durchaus ein Vorbild für Deutschland. Es überwog die Skepsis gegenüber einer durch Amerika verursachten Auflösung traditioneller Lebensweisen und des wachsenden amerikanischen Einflusses auf Deutschland und Europa.“⁸⁹

Die Deutschen sahen sich vor 1918 als eine Kulturnation, im Besitz einer traditionsreichen Hochkultur. Die US-Amerikaner wurden demgegenüber als eine *junge Nation* oder eine *Nation im Werden* bezeichnet. Dieses *Werden* machte sich auch darin bemerkbar, dass ihre Kultur noch nicht ausgereift sei. Als die Massenkultur begann, sich ihren Weg nach Europa zu bahnen, waren sich die Kritiker sicher, dass eine derartige kulturelle *Nivellierung* nur aus Amerika kommen könne. In diesem Zusammenhang sprach man ausdrücklich von der amerikanischen *Zivilisation*, nicht von ihrer *Kultur*. *„Der Begriff ‚amerikanische Gefahr‘“* hatte daher *„auch eine kultur- und gesellschaftspolitische Komponente“⁹⁰*.

Der Hauptunterschied zwischen dem Amerika-Diskurs vor und nach 1918 bestand also darin, dass er vor 1918 aus einer sicheren Machtposition heraus geführt wurde, nach 1918 dagegen aus der Position einer geschwächten deutschen Nation, die den Krieg verloren hatte.

„War die Debatte um Amerikanisierung oder Europäisierung der Kontinente, die auch ein Reflex auf die im Kern vergleichbaren Entwicklungen der modernen Industriegesellschaften im Zeichen der kapitalistischen Hochindustrialisierung war, vor 1914 noch Ausdruck euro-

⁸⁷ Ebenda.

⁸⁸ Schmidt, Alexander: a. a. O., S. 27.

⁸⁹ Czaja, Marek: a. a. O., S. 25.

⁹⁰ Ebenda, S. 329.

päischen Selbstbewußtseins gewesen, so stand das Gefühl europäischer Unterlegenheit nach 1918 im Vordergrund und polarisierte die Meinungen entsprechend der Situation.“⁹¹

Zu den Begriffen *Amerikanismus* und *Amerikanisierung*

Um die Jahrhundertwende bezog sich der Begriff *Amerikanismus* in erster Linie auf eine Wirtschaftsform. Gleichzeitig bezeichnete er die politischen Verhältnisse der USA, d. h. die Vorstellung von demokratischen Verhältnissen.

„Der Begriff ‚Amerikanismus‘ taucht in Europa vor 1900 auf. Er bezeichnet die Vorstellung amerikanischer Industrieller, wonach eine effiziente, marktwirtschaftlich organisierte Bedarfs-güterindustrie den Ausgleich sozialer Gegensätze auf friedlichem Weg bewerkstelligen könne.“⁹²

Geprägt und einer breiten Öffentlichkeit vermittelt wurde der Begriff *Amerikanisierung* 1901 von dem englischen Schriftsteller William T. Stead mit seiner Schrift *The Americanisation of the World*. Dort heißt es: „*The advent of the United States of America as the greatest of World-Powers is the greatest political, social, and commercial phenomenon of our times.*“⁹³ Stead argumentiert kulturpolitisch, unter *Amerikanisierung* versteht er in erster Linie den Prozess der Naturalisierung von Immigranten, aus denen amerikanische Bürger geformt wurden.⁹⁴ Gleichzeitig definierte er den Begriff *Amerikanisierung* aber auch als Sammelbegriff für die industrielle Moderne überhaupt. Diese äußerte sich in der Rationalisierung aller Bereiche und in einer trivialen Massenkultur, die schließlich – so seine Vorhersehung – die ganze Welt erfassen würden.

„Das Wort von der ‚Amerikanisierung‘ meinte für William T. Stead, der es 1901 prägte, eine kulturelle Praxis, in der die Vielfalt sozialer und mehr noch ethnischer Herkunft in den Vereinigten Staaten zu einer einheitlichen ‚Nation‘ umgeformt wurden. Er sah in der homogenisierenden Dynamik allerdings schon damals eine Tendenz, die nicht nur auf eine Gesellschaft begrenzt bleiben würde. Vielmehr vermutete er darin eine Entwicklungsperspektive, die schließlich die ganze Welt erfassen würde.“⁹⁵

Stead ging davon aus, dass die USA auf dem Weg zur ökonomischen und politischen Weltmacht nicht aufzuhalten seien und dass sich Europa damit werde auseinandersetzen müssen. Er sah die Vereinigten Staaten als ein Land, das durchaus

⁹¹ Ebenda, S. 296.

⁹² Bingens, Christoph: *Amerika am Werk. „Das Werk“ und der Amerikanismus*. In: *archithese*, H. 5, 1994, S. 59.

⁹³ Stead, William Thomas: a. a. O., Preface.

⁹⁴ Ebenda, S. 61.

⁹⁵ Lüdtkke, Alf; Marßolek, Inge; Saldern, Adelheid von: *Amerikanisierung: Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*. Franz Steiner Verlag Stuttgart, 1996, S. 9.

positive und exportfähige Vorzüge zu bieten hatte, die für deren Erfolg ausschlaggebend waren: „[...] *three of the American secrets [which] are capable of export. The first is Education; the second is increased incentives to Production; and the third is Democracy.*“⁹⁶

Um die Jahrhundertwende ist also eine Modellfunktion der *Amerikanisierung*, verbunden mit der gesellschaftlichen und kulturellen Veränderung, nicht zu übersehen, wenngleich diese noch weniger stark ausgeprägt war als nach 1918.

2.1.1 Der Amerika-Diskurs in der Weimarer Republik

Die ersten Jahre der Weimarer Republik waren von den Folgen des Krieges geprägt: von wirtschaftlichem Niedergang, Inflation, Versorgungsknappheit und politischen Auseinandersetzungen. Die Beschäftigung mit Amerika⁹⁷ war eng mit der Reflexion dieser eigenen Realität und einer möglichen Zukunft verknüpft. Frank Trommler beschrieb dies in seiner umfassenden Untersuchung, in der er die Beziehungen zwischen den USA und Deutschland innerhalb der letzten 300 Jahre darstellt und beide Länder in politischer, wirtschaftlicher sowie in kultureller und gesellschaftlicher Hinsicht vergleicht. Trommler kommt zu dem Schluss: *„Europa scheint Amerika und den Amerikanismus als ein Ventil für seine Schwierigkeiten zu benutzen, mit den entfremdenden Wirkungen der Modernisierung fertigzuwerden.“*⁹⁸ Der Verfasser stützt sich in seiner Darstellung auf eine These von Daniel J. Boorstin, die in den 1950er-Jahren aufgestellt wurde und die das Selbstverständnis der USA gegenüber Europa charakterisiert: *„Wir stehen für all das, was Europa nicht ist.“*⁹⁹

⁹⁶ Stead, William Thomas: a. a. O., S. 147.

⁹⁷ Vgl. Berg, Peter: *Deutschland und Amerika 1918 - 1929. Über das deutsche Amerikabild der zwanziger Jahre*. In: *Historische Studien*. Heft 385, Matthiesen Verlag Lübeck / Hamburg, 1963. Siehe auch: Schütz, Erhard: *Romane der Weimarer Republik*. a. a. O., S. 12. Vgl. zum Thema der Weimarer Republik auch: Peukert, Detlev J. K.: *Die Weimarer Republik*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1987; Sösemann, Bernd: *Exerzierfeld und Labor deutscher Geschichte. Berlin im Wandel der deutschen und europäischen Politik zwischen 1848 und 1933*. a. a. O., S. 100 - 120.

⁹⁸ Trommler, Frank (Hrsg.): *Amerika und die Deutschen. Bestandsaufnahme einer 300-jährigen Geschichte*. Westdeutscher Verlag Opladen, 1986, S. 667.

⁹⁹ Zitiert nach ebenda, S. 667. Vgl. auch: Klautke, Egbert: *Amerika in Widerstreit. Vergleichende Untersuchungen zur Auseinandersetzung mit den Vereinigten Staaten in Deutschland und Frankreich während der „Klassischen Moderne“, 1900 - 1933*, Heidelberg, 2003. Klautke untersucht in seiner Arbeit die gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Strukturen und Konflikte, die die Industriegesellschaften während der Klassischen Moderne (1890 - 1930) prägten. Er versteht die Begriffe *Amerikanisierung* und *Amerikanismus* als eine Möglichkeit der Zeitgenossen, den soziokulturellen Wandel zu erfassen und zu deuten, da beide Begriffe eine moderne Entwicklung charakterisieren und „dehnbar“ und „suggestiv“ genug waren für zahlreiche individuelle Interpretationen.

2006 erschien ein von Angelika Linke und Jakob Tanner herausgegebener interdisziplinärer Sammelband, der die Wahrnehmung der USA in Europa und unter anderem die Wechselwirkung zwischen den USA und Deutschland untersucht. Darin wird argumentiert, dass *Amerika* viel mehr als eine Bezeichnung sei: „*Das Wort steht für ein Kulturmodell, eine Lebensweise, eine Zukunftsvision.*“¹⁰⁰ Die Untersuchung verdeutlicht, dass bei der Wahrnehmung Amerikas Faszination und Bedrohung nah beieinander lagen. Ferner wird die These bestätigt, dass das Reden über *Amerika* in Europa vor allem bedeutet, genuin europäische Probleme zu analysieren. Von einer *Selbstamerikanisierung* Europas kann dann gesprochen werden, wenn in Europa ähnliche Problemfelder auszumachen sind:

„*Es geht nun vielmehr um die Frage, ob und in welchem Ausmaß Europa selbst gewählte, gewollte Veränderungen durchlaufen muss, wie sie für Amerika als typisch konstatiert werden. Amerika ist dann nicht mehr zugleich verlockende und abschreckende ‚andere Welt‘, sondern Amerikanisierung erweist sich als Prozess, der zur Signatur der Moderne wird, d. h. zu einem Wort, das einen widersprüchlichen und vielschichtigen kulturellen Austausch- und Wechselwirkungsprozess prägnant zusammenfasst.*“¹⁰¹

Peter Berg verweist – mit Bezug auf Lütken – auf eine Position aus den 1920er-Jahren, die das Phänomen in diesem Sinne bereits damals charakterisiert hatte. Sie besagte der *Amerikanismus* wäre „*als Gesamterscheinung nichts Einzigartiges, auf den amerikanischen Kapitalismus Beschränktes*“, sondern als „*notwendige Entwicklung einer jeden modernen industriellen Gesellschaft*“¹⁰² zu betrachten. Der *Amerika-Diskurs* war somit ein Weg, um mit der *Modernisierung* und den Veränderungen, die sie mit sich brachte, fertig zu werden, so Peukert pointiert:

„*Wenn sich also das Bild des ‚Amerikanismus‘ in den zwanziger Jahren sowohl mit negativen wie mit positiven Vorzeichen auffinden lässt, standen hier keineswegs bloß Reaktion gegen Fortschritt, Modernität gegen Traditionsverhaftung. [...] Daneben stand aber auch eine ‚Amerikanismus‘-Diskussion, die um die Zukunft der Humanität in der schrankenlosen Industriegesellschaft Besorgnisse formulierte [...].*“¹⁰³

¹⁰⁰ Linke, Angelika; Tanner, Jakob: *Amerika als „gigantischer Bildschirm Europas“*. In: Linke, Angelika; Tanner, Jakob (Hrsg.): *Attraktion und Abwehr. Die Amerikanisierung der Alltagskultur in Europa*. Böhlau Verlag Köln, 2006, S. 2.

¹⁰¹ Ebenda, S. 16.

¹⁰² Berg, Peter: a. a. O., S. 147.

¹⁰³ Peukert, Detlev, J. K.: a. a. O., S. 181.

2.1.2 Der Amerika-Diskurs von 1933 bis 1938

Nach vorherrschender Meinung war die nationalsozialistische Wahrnehmung der USA und der US-amerikanischen Kultur eine abwertende. Die neuesten Untersuchungen – wie auch meine Analyse – zeigen indes, dass das Verhältnis der Nationalsozialisten zur amerikanischen Kultur eher als ambivalent zu bezeichnen ist.¹⁰⁴ Die USA galten selbst zu deren Zeit als Wegweiser im Bereich der wissenschaftlichen und technologischen Entwicklung.

*„Schon der deutsche Wirtschaftsaufschwung nach 1933 wurde mit dem amerikanischen Beispiel verglichen. ‚Es ist seltsam‘, bemerkte ein amerikanischer Historiker, ‚daß sowohl viele Befürworter als auch Gegner des Amerikanismus auf die Hitlerbewegung ihre Hoffnung setzten. Insofern Amerika als Inspiration gewirkt hatte, war es sein Geist der Initiative, seine Dynamik, seine Zukunftsorientierung gewesen, denen man nacheiferte.“*¹⁰⁵

Henry Ford, der sich selbst antisemitisch geäußert hatte, blieb auch im *Dritten Reich* ein Vorbild für die Rationalisierung der Arbeit. Rüdiger Hachtmann behauptet sogar:

*„Ford ist ein wichtiger Schlüssel, der erklärt, warum selbst die borniertesten Nazis spätestens ab 1934/35 Technikbegeisterung, Amerikanisierung und Rassismus komplikationslos miteinander vereinbaren konnten.“*¹⁰⁶

Meine Untersuchung des Feuilletons jener Zeit zeigt, dass Amerika auch während des *Dritten Reichs* als Thema in der Presse stark vertreten war. In der Berichterstattung des *Berliner Tageblatts* sowie in den Zeitschriften *Die Dame* und *die neue linie* informierte man weiterhin nicht nur über politische und wirtschaftliche Nachrichten aus den USA, sondern präsentierte auch das Gesellschaftsleben und die Kultur sowie Sensationsnachrichten aller Art. Obwohl man die amerikanische Kultur Gründen ablehnte, wurden erstaunlicherweise nicht nur wirtschaftliche, sondern auch kulturelle Beziehungen zwischen dem *Dritten Reich* und den USA gepflegt. Zudem gab es im Bereich der Kunst einen Austausch. In den oben genannten

¹⁰⁴ Vgl. hierzu: Gassert, Philipp: *Amerika im Dritten Reich. Ideologie, Propaganda und Volksmeinung 1933 - 1945*. Franz Steiner Verlag Stuttgart, 1997.

¹⁰⁵ Trommler, Frank (Hrsg.): a. a. O., S. 669. Vgl. auch: Arntzen, Helmut: *Ursprung der Gegenwart. Zur Bewusstseinsgeschichte der Dreißiger Jahre in Deutschland*. Belz Athenäum Verlag Weinheim, 1995.

¹⁰⁶ Hachtmann, Rüdiger: *„Die Begründer der amerikanischen Technik sind fast lauter schwäbisch-alemannische Menschen“: Nazi-Deutschland, der Blick auf die USA und die „Amerikanisierung“ der industriellen Produktionsstrukturen im „Dritten Reich“*. In: Lüdtkke, Alf; Marßolek, Inge; Saldern, Adelheid von: a. a. O., S. 43. Siehe auch: Nerdinger, Winfried: *Modernisierung – Bauhaus – Nationalsozialismus*. In: Nerdinger, Winfried (Hrsg.): *Bauhaus-Moderne im Nationalsozialismus. Zwischen Anbiederung und Verfolgung*. Prestel Verlag München, 1993, S. 15.

Periodika konnte man Berichte über Ausstellungen *neuer* deutscher Kunst in den USA oder über Erfolge des „*new German dance*“¹⁰⁷ in den USA lesen. Der US-amerikanische Film wurde in den Zeitungen und Filmzeitschriften weiterhin besprochen und in der Regel positiv gewertet.¹⁰⁸ Außerdem erschienen in der deutschen Presse häufig Werbeanzeigen für Amerika-Reisen wie auch Reiseberichte von Amerika-Besuchern, die sich von jenen vor 1933 nicht immer unterschieden.¹⁰⁹

Es kann also festgestellt werden, dass die USA – trotz nationalsozialistischer Politik – in den Augen der Öffentlichkeit wenig an Faszination verloren hatte.¹¹⁰ Einerseits wurde die urbane Kultur, der man vorwarf, *jüdisch* zu sein, als „*entartet*“ betrachtet, andererseits verhinderte dies nicht, dass eben diese Kultur weiterhin in einigen Bereichen akzeptiert wurde – wenn sie in das eigene ideologische Bild passte.

2.2 Moderne Massenmedien: Amerika im Kino

*„Glorreich ist unsere Epoche. Es ist uns gelungen, dem lieben Gott nachzuweisen, daß die Erschaffung der Welt ein dilettantisches Unternehmen war, das heute von jedem besseren Filmunternehmer in den Schatten gestellt wird. An Stelle der geistigen und künstlerischen Genußmittel für einige Wenige haben wir die Serienfabrikation für die Masse gesetzt. Uns interessieren nur noch Fragen der Schnelligkeit und der Quantität. Wir sind Reisende, und zur Nahrung fabrizieren wir uns die Ersatzmittel selbst. Das Grammophon, der Rundfunk und der Tonfilm sind der Kunstdünger unserer Kultur. Es lebe die Konserve!“*¹¹¹

¹⁰⁷ Anonym: Über „*The new German Dance*.“ In: *die neue linie*, Jg. VI, H. 3, (November) 1934, S. 15. „*The new German dance*’, diese vier Worte sind keine Übersetzung, sondern ein internationaler Begriff, mit dem das Ausland den modernen künstlerischen Tanz bezeichnet. Damit wird das schöpferische Ursprungsland anerkannt, wo sich seit 20 Jahren der neue Tanzstil entwickelte: Deutschland. [...] Ohne das die breite Öffentlichkeit in Deutschland sich des Ruhmes bewußt wäre, der neue deutsche Tanz hat über alle entsprechenden Versuche in anderen Ländern gesiegt, in Europa und in Amerika, und selbst für die Japaner ist er eine klare Vorstellung. [...] Das allen Arbeiten Gemeinsame scheint mit zu sein die Tendenz zum Kultischen im Sinne einer Kunst, die entsprechend unserer geistigen Lage weniger aus der Gemeinschaft herauswächst, als diese Gemeinschaft als ein Geistiges mitschaffen hilft, und zweitens der Wille zum Symbol als dem Ausdruck einer vernunftmäßig nicht beschreibbaren Sehnsucht nach allgemeingültiger Verbildlichung zeitgemäßer Problematik. Dieser Tatbestand wurde in Amerika als typisch deutsch begriffen [...].“

¹⁰⁸ Z. B. Pfeiffer-Belli, Erich: Filmhumor – deutsch und amerikanisch. In: *BT*, 22.12.1936, AA. Verglichen wird ein deutscher und ein amerikanischer Film, als Sieger geht der amerikanische Film „Ich lebe mein Leben“ mit Joan Crawford hervor, der als „ausgezeichnet“ charakterisiert wird; gelobt wird die Fotografie, die Schauspielkunst sowie der Humor.

¹⁰⁹ Als Beispiel sei hier genannt: Fechter, Paul: *Welt mit anderen Maßen*. In: *die neue linie*, Jg. VI, H. 12, (August) 1935, S. 6.

¹¹⁰ Vgl. hierzu z. B.: Kater, Michael H.: *Gefährliche Attraktion. Der Reiz amerikanischer Unterhaltungskultur auf Jugendliche im Dritten Reich*. In: Linke, Angelika; Tanner, Jacob (Hrsg.): a. a. O., S. 177 - 193.

¹¹¹ Zuberbühler: *Das Leben aus der Konserve*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 10, (Juni) 1931, S. 19.

Die modernen Massenmedien, Kino und Presse, gestalteten die Wahrnehmung von Amerika auf wirksame Art. 1924 hieß es über die Funktion des Kinos: *„Der Film produziert die Lebenslüge, die wir brauchen.“*¹¹² Anfangs war in Deutschland das Filmpublikum klein, und das Publikum der *Kintopps* bestand aus Arbeitslosen und Armen. In den Jahren 1910 bis 1920 kam es zu einer Literarisierung des deutschen Kinos, vor allem die expressionistischen Filme erhoben einen künstlerischen Anspruch. Ganz anders verhielt es sich in Amerika, wo das Kino schon in den 1910er-Jahren seinen Schwerpunkt eher auf den Unterhaltungswert setzte. Für Deutschland hingegen konstatiert Peukert:

*„Hatte der Vorkriegsfilm seine Anrühigkeit und seine Nähe zum Konsumentenpublikum der Groschenhefte noch nicht abstreifen können, wurde das Kino im Ersten Weltkrieg hoffähig, als sich sein Propagandawert herausstellte.“*¹¹³

Erst in der Weimarer Republik wurde der Film schließlich zur Massenunterhaltung. Die Kinos zogen aus den dunklen Hinterhöfen an vornehmere Standorte; am Kurfürstendamm und an anderen zentralen Orten wurden Kinopaläste gebaut. Diese Paläste mit ihrer prunkvollen Ausstattung führten den Besucher in eine nicht alltägliche Umgebung:

*„Die Architektur dieser Vergnügungspaläste mit ihren luxuriösen Innenausstattungen, bombastischen Foyers und extravagant dekorierten Wänden und Decken verkündete, dass diese Welt sich vom ‚wirklichen Leben‘ abhebe.“*¹¹⁴

Deutschland gehörte zu den wichtigsten europäischen Filmproduzenten, und Berlin war eines der bedeutendsten Filmzentren. Die in Babelsberg gegründeten Filmstudios produzierten Filme für den in- und ausländischen Absatzmarkt. *„1929 existierten in Berlin 363 Kinos, und 79 Filmgesellschaften in der Stadt produzierten in diesem Jahr 173 abendfüllende Filme.“*¹¹⁵ Die heimische Filmproduktion dominierte den deutschen Markt und exportierte gleichzeitig Filme ins Ausland (unter anderem auch in die Tschechoslowakei). Ab Mitte der 1920er-Jahre wurde – als eine Folge des *Dawes-Plans* – die deutsche Filmproduktion eingeschränkt und vermehrt Hollywoodfilme eingeführt.¹¹⁶

¹¹² Viertel, Bertold: *Eine Minute Pause*. In: *BT*, 19.11.1924, MA.

¹¹³ Peukert, Detlev J. K.: a. a. O., S. 172.

¹¹⁴ Kaes, Anton: *Massenkultur und Modernität*. In: Trommler, Frank (Hrsg.): a. a. O., S. 661.

¹¹⁵ Schebera, Jürgen: *Damals in Neubabelsberg. Studios, Stars und Kinopaläste der zwanziger Jahre*. Edition Leipzig, 1989, S. 8.

¹¹⁶ Kaes, Anton: a. a. O., S. 661.

Es waren gerade die Hollywoodfilme, welche die europäischen Vorstellungen von Amerika besonders prägten. Verhaltensweisen und Aussehen der US-amerikanischen Schauspieler prägten die Vorstellung davon, was als *amerikanisch* zu gelten habe. Man imitierte, was in diesen Filmproduktionen dargeboten wurde, in der Überzeugung, man ahme *das Amerikanische* in Kleidung, Gestik und Mimik nach. *Das Amerikanische* war eine Bezeichnung, die alle Vorstellungen von dem, was modern und schick war, subsumierte. Der US-amerikanische Film beeinflusste die „*Sehgewohnheiten des Publikums*“¹¹⁷ in Europa maßgeblich. Viele Kritiker der amerikanischen Kultur beklagten seine Ausbreitung über die USA hinaus, wie zum Beispiel Halfeld, der meinte: „*Der Film, so ungemein wichtig für die Menschenformung in Amerika, ist bedeutsamstes Zeugnis dieser feminisierten Kultur, dem sich ja heute leider alle Grenzen öffnen.*“¹¹⁸

Die *Filmfabrik* Hollywood war für das deutsche Publikum von besonders großem Interesse, wovon regelmäßige Berichte über neue Filme und Stars zeugen. Die typisch *amerikanischen* Filme galten im Allgemeinen – und im Vergleich zu den europäischen Filmen – als weniger anspruchsvoll, was oft durchaus als Vorteil betrachtet wurde. So schreibt 1925 Ernst Blass: „*Die Amerikaner machen das himmlische Kino – wir das irdische, sie machen Werk – wir Prosa, sie Arien ohne Worte – wir Berichte ohne Worte.*“¹¹⁹ Eben der Umstand, dass jene Filme angenehme Unterhaltung boten, war der Grund, warum sie sich beim deutschen Publikum großer Beliebtheit erfreuten. Gleichzeitig formten sie die Vorstellung von Amerika und von den amerikanischen Lebensumständen. Obwohl es sich dabei nur um eine Fiktion handelte, hielten viele Zuschauer sie für Realität. Das Kino bot einerseits Ablenkung, andererseits hoffte man, darin auch eine Anleitung zu finden, wie sich das eigene Leben verbessern ließe. Maurice Dekobra beschreibt den Hollywoodfilm als einen „*Wehrwolf*“:

„*Dieser Wehrwolf ist der Film. Er ist Menschenfresser. [...] Er frißt Illusionen. Er säuft Tränen. Er magnetisiert die Unvorsichtigen, und verführt die Utopisten. [...] Es gibt kaum noch einen*

¹¹⁷ Peukert, Detlev J. K.: a. a. O., S. 173.

¹¹⁸ Halfeld, Adolf: *Amerika und der Amerikanismus. Kritische Betrachtungen eines Deutschen und Europäers*. Diederichs Jena, 1927, S. 224. Adolf Halfeld war der bekannteste Amerika-Kritiker der 1920er-Jahre. In seiner Kritik manifestiert sich eine konservative Position, die unter anderem an Oswald Spenglers *Untergang des Abendlandes* anknüpft. Er kritisiert verschiedene Bereiche der US-amerikanischen Gesellschaft. In Bezug auf die amerikanische Kultur unterstellt er Unreife und Feminisierung, womit er eine übliche konservative Auffassung der Zeit aufgreift, welche die amerikanische Zivilisation der deutschen Kultur direkt gegenüberstellt.

¹¹⁹ Blass, Ernst (Dr.): *Filmkritik*. In: *BT*, 22.7.1925, AA.

*andern Ort auf der Welt, wo soviel Männer und Frauen dafür büßen müssen, daß sie vom Leben zuviel erwartet haben.*¹²⁰

Als typisch *amerikanisch* galt im Zusammenhang mit dem Kino der Begriff *Happy-End*. Er bezeichnete nicht nur das positive Ende einer Geschichte, sondern symbolisierte das *typisch amerikanische* optimistische Lebensgefühl. Es befriedigte all jene, die sich nach Harmonie und Glück, nach dem Glauben an das Gute im Leben sehnten. Das deutsche Kino verfolgte derweil weitaus höhere Ziele: Es spiegelte die Realität wider. 1927 wird dies in der *Dame* folgendermaßen beschrieben:

*„In gebildeten Kreisen wird jetzt häufig über happy end gesprochen, – man sagt, die Amerikaner hätten happy end erfunden, so wie die Engländer week end erfunden haben. Während aber week end allgemein gebilligt wird, scheint es zum guten Ton oder zum guten Geschmack zu gehören, daß man happy end mißbilligen muß. Höchstens läßt jemand einmal die Entschuldigung gelten, es komme von dem starken Optimismus der Amerikaner her, – eine junge Nation, noch ein bißchen kindisch, begreiflicherweise. Aber wir mit unserer alten Kultur! Für uns bedeutet happy end eine Banalität, es ist unkünstlerisch, wir haben das tragische Lebensgefühl.“*¹²¹

Das Zitat verweist eben – mit ironisierendem Unterton – auf jenen Kulturdiskurs: Während die deutsche (hohe) Kultur, die sich ernsten Dingen widmet, dementsprechend ernstgenommen werden will, wird der amerikanischen (niederen) Kultur vorgeworfen, sie wolle nur unterhalten und somit keinen Mehrwert leisten. Tatsache bleibt, dass der Film – selbst eine Illusion – die Illusion *Amerika* schuf.

2.3 Amerikanisierung des deutschen Zeitungsmarkts

*„Das erste Tor, durch das die Unterhaltung hindurch- und ins Leben hineinschlüpfte, um sich anschließend seiner zu bemächtigen, war der Journalismus.“*¹²²

Amerika war auf dem gesamten Gebiet des Verlagswesens ein inspirierendes Vorbild, vor allem eben im Bereich der Boulevardpresse und der Magazine¹²³. In den USA war *das Tabloid* – neben dem Film – das wichtigste Unterhaltungsmedium. Der Text erfüllte hierbei eine sekundäre Aufgabe, die Bilder dagegen die primäre. Geschichten wurden nicht mehr nur geschrieben, sondern *gezeigt*. Dies hatte

¹²⁰ Dekobra, Maurice: *Der Wehrwolf von Hollywood*. In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 15, (April) 1931, S. 42.

¹²¹ Reve, Ludwig: *Happy End*. In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 25, (September) 1928, S. 16.

¹²² Gabler, Neal: *Das Leben, ein Film. Die Eroberung der Wirklichkeit durch das Entertainment*. Berlin Verlag Berlin, 1998, S. 73.

¹²³ Vgl. Schütz, Erhard: *Romane der Weimarer Republik*. a. a. O., S. 36.

soziale wie auch gesellschaftliche Hintergründe. Die USA waren ein Immigrationsland, und nur wenige arme Einwanderer waren des Englischen mächtig:

„Eine ganze Kultur entstand, um entwurzelten und verwirrten eingewanderten Arbeitern dabei zu helfen, sich in ihrem Leben in der neuen Umwelt zu orientieren. Besonders die Massenblätter von William Randolph Hearst und Joseph Pulitzer verstanden sich als Vorkämpfer der Einwanderer und der Armen in der industriellen Welt.“¹²⁴

Die *Tabloids* passten sich den Anforderungen des weniger anspruchsvollen oder der englischen Sprache nicht mächtigen Publikums an und versorgte es mit Nachrichten, die überwiegend aus Bildern bestanden. Halfeld kritisierte das *Tabloid* als meinungsbildendes Masseninstrument, das über eine angepasste und beschönigte Wirklichkeit berichtete:

„So haben Tabloid und Jazz dieselbe psychologische Wurzel. So kommt es, dass der Film in Amerika erfolgreich wie nirgendwo wurde. [...] Die Säulen seiner Produktion sind Scheinluxus und Scheinoptimismus, die Traumwelt der Masse. [...] Film und Tabloid werden zusehends die typenbildenden Mächte der Massenmentalität.“¹²⁵

Halfeld bezog seine Kritik nur auf Amerika, doch dasselbe hätte er über die Weimarer Republik sagen können, denn dort erfreute das Kino ebenfalls ein Massenpublikum, und der Typ der amerikanischen Boulevardzeitungen¹²⁶ fand zunehmend auch beim deutschen Publikum Zuspruch.

Emil Dovifat untersuchte die Geschichte der amerikanischen Presse und publizierte seine Ergebnisse 1927 unter dem Titel *Der amerikanische Journalismus. Mit einer Darstellung der journalistischen Berufsbildung*. Er vermerkte: *„Die Penny-Presse hat in Amerika die Massen zur Zeitungslektüre erzogen. Das war um 1835.“¹²⁷* Wodurch die in der *Penny-Presse* erschienenen Nachrichten gekennzeichnet waren und was Dovifat im Allgemeinen als für die US-amerikanische Presse typisch empfand, beschrieb er folgendermaßen:

¹²⁴ Kaes, Anton: a. a. O., S. 652.

¹²⁵ Halfeld, Adolf: a. a. O., S. 243.

¹²⁶ Den Verleger Rudolf Mosse z. B. inspirierte eine Amerikareise, nach der er die Boulevardzeitung *BZ am Mittag* gründete.

¹²⁷ Dovifat, Emil: *Der amerikanische Journalismus. Mit einer Darstellung der journalistischen Berufsbildung*. Deutsche Verlags-Anstalt Stuttgart, 1927, S. 83. Dovifat untersucht in seiner wissenschaftlichen Arbeit die Entwicklung und die Technologien des amerikanischen Pressewesens der 1920er-Jahre. Er vergleicht dieses auch mit dem zeitgenössischen deutschen, das sich seiner Meinung nach in einer Krise befände und sich entscheiden müsse, wie es sich verändern könne.

„Zweierlei Ursachen bestimmen die Rolle der Nachricht in der amerikanischen Zeitung. Tatsachensinn und Sensationslust. Beide Ursachen sind nicht einander entgegengesetzt, sondern sie ergänzen sich. Sensationslust ist die Romantik der Tatmenschen.“¹²⁸

Auch Dovifat bemüht zur Charakterisierung der Amerikaner die geläufigen Stereotypen: Sie sind Geschäftsleute, „*Tatmenschen*“. Seiner Meinung nach erschöpfe sie der Tatendrang dermaßen, dass sie Erholung bräuchten, ein Bedürfnis, dem sich die Presse anpasse.

Tatsache bleibt, dass sich die Presse gegen Ende des 19. Jahrhunderts zu modernisieren begann. Die technologischen Innovationen bei der Zeitungsherstellung nach angelsächsischem Vorbild¹²⁹ eröffneten neue Mittel im Kampf um den Leser. Breite Bevölkerungsschichten sollte angesprochen werden, also *die Masse*, die man durch attraktive Berichterstattung zu gewinnen suchte. Der Erfolg bezeugte, dass die Anpassung an ein neues Publikum gewinnträchtig war.

In Folge der Industrialisierung und Urbanisierung änderte sich – auch in Deutschland – der Lebensrhythmus; er wurde durch ein neues *Tempo* gekennzeichnet.¹³⁰ Das Massenpublikum nahm sich keine Zeit mehr zum Lesen, sondern nur noch Zeit zum Konsumieren:

„Der Mensch wird Denkmaschine, Produktionsapparat und ahnungsloser Wiederkäufer abgestempelter Anschauungen. [...] Die Magazine setzen allwöchentlich für zwanzig und dreißig Millionen Amerikaner die Grenzen des guten Geschmacks fest [...]“¹³¹,

heißt es bei Halfeld kritisch über die US-amerikanischen Verhältnisse.

¹²⁸ Ebenda, S. 86.

¹²⁹ Vgl. Erbe, Michael: a. a. O., S. 69 - 70.

¹³⁰ Vgl. Simmel, Georg: *Die Großstädte und das Geistesleben*. In: *Das Individuum und die Freiheit*. Essays, Wagenbach Berlin, 1984, S. 192 - 204. Der Soziologe beschrieb ausführlich die Verhaltensweisen des zeitgenössischen Großstädtlers und sprach dabei auch von der Reizüberflutung, welcher er ausgesetzt sei, sowie von einer „*Steigerung des Nervenlebens*“. Zum Zusammenhang von Nervosität und Amerikanisierung in den 1920er-Jahren siehe auch: Radkau, Joachim: *Amerikanisierung als deutsches Nervenproblem. Von der nervösen zur coolen Modernität*. In: RWTH Aachen; Stiftung Bauhaus Dessau (Hrsg.): *Zukunft aus Amerika. Fordismus in der Zwischenkriegszeit*. Siedlung Stadt Raum. Stiftung Bauhaus Dessau, 1995, S. 106 - 123.

¹³¹ Halfeld, Adolf: a. a. O., S. 32.

2.4 Die Perzeption Amerikas im deutschen Feuilleton der 1920er-Jahre

Die größten deutschen Verlage, Ullstein, Scherl und Mosse mit Sitz in Berlin, beherrschten den Zeitungsmarkt der Weimarer Republik. Das einmalig reiche Angebot an Tageszeitungen und Zeitschriften bot genügend Raum für Amerika-Betrachtungen.¹³² Vor allem nach 1924 ist im hier untersuchten *Berliner Tageblatt* ein Anstieg der Berichterstattung aus und über die USA zu vermerken. Es handelte sich dabei um verschiedenartige Nachrichten: ökonomische Meldungen, Reiseberichte, Betrachtungen der amerikanischen Lebensweise, Neuigkeiten aus Hollywood, Skurriles usw.

Auch in der *Dame* erschienen zahlreiche solcher Nachrichten, insbesondere aus Hollywood und über das Privatleben der Filmstars, aber auch das Alltagsleben der „Normalamerikanerin“ (wie man sie sich vorstellte) spielte eine Rolle. In der *neuen Linie* hingegen waren verhältnismäßig wenige Berichte über Amerika ausfindig zu machen, was der Politik der Zeitschrift geschuldet war, die vorsah, sich auf deutsche Themen zu konzentrieren (vgl. hierzu die Kapitel 4, 5 und 6).

Trotz der zahlreichen Amerika-Berichte stimme ich mit dem Zivilisationskritiker Halfeld überein, der behauptete:

*„Man weiß immer noch herzlich wenig von Amerika. So ist auch der Amerikanismus zunächst nichts als eine Bezeichnung für die undeutlichen und von naiver Bewunderung zeugenden Vorstellungen, die der Durchschnittseuropäer heute von Amerika besitzt – eine Legende, der, wie gesagt, Film und Zeitungen den Weg bereiteten.“*¹³³

Wie Halfeld zurecht feststellte, stammten viele Vorstellungen, die man über die USA hatte, meist nicht aus eigener Erfahrung, schließlich konnte sich nicht jeder eine Reise nach Amerika leisten. Man orientierte sich deshalb vorwiegend an einem von den Massenmedien geschaffenen und propagierten *Amerika-Bild*, das für real gehalten wurde. Insbesondere das Medium Zeitung bot Raum für eine öffentliche Auseinandersetzung mit der modernen Industriekultur, als deren Ursprungsland die Vereinigten Staaten galten. Erheblichen Anteil an dieser Auffassung hatten jene, die ihre eigenen Amerika-Erfahrungen schilderten: *„Wer von Amerika erzählt, der ist*

¹³² Zur Berliner Presselandschaft siehe Fritzsche, Peter: *Reading Berlin 1900*. Harvard University Press Cambridge / London, 1996. Vgl. auch: Oschilewski, Walter G.: *Zeitungen in Berlin. Im Spiegel der Jahrhunderte*. Haude & Spenerische Verlagsbuchhandlung Berlin, 1975. Und: Koszyk, Kurt: *Deutsche Presse 1914 - 1945. Geschichte der deutschen Presse. Teil III*. Colloquium Verlag Berlin, 1972.

¹³³ Halfeld, Adolf: a. a. O., S. XIII.

*gewöhnlich viel zu sehr geneigt, das Exzentrische hervorzuheben, das Wolkenkratztige.*¹³⁴

Jene, die weniger Glück hatten und keine persönliche Erfahrung mit dem fernen Kontinent machen konnten, stützten sich bei ihren Texten über die USA, den *Amerikanismus* oder das *Amerikanische* auf allgemein gebräuchliche Stereotypen. Bei einer großen Anzahl von Texten ist es nicht immer möglich zu erkennen, ob der Autor tatsächlich in Amerika gewesen war oder nicht. Die standardisierten Ansichten über die USA vermitteln uns derweil ein klares Bild von der zeitgenössischen Amerika-Wahrnehmung.

Neben dem Begriff der *Amerikanisierung* finden in diesem Diskurs häufig auch die Bezeichnungen *Amerikanismus*, *Amerikanisation* oder *Amerikanität* Verwendung, alle hatten jedoch die gleiche Bedeutung. Anders verhält es sich allerdings mit dem wirtschaftlichen *Amerikanismus*, der zu trennen ist von jenem „*Modebegriff der Zeit*“¹³⁵, mit dem alle Erscheinungen bezeichnet wurden, in denen man einen US-amerikanischen Ursprung vermutete: vom *Amerikanismus im geistigen Sinne*. Der bekannteste Amerika-Kritiker Adolf Halfeld lieferte zu diesem Begriff die folgende Definition:

*„[...] Amerikanisierung bedeutet, nicht zuletzt um den Preis der Lächerlichkeit, bedingungslosen Bruch mit der Vergangenheit und unbesehene Annahme alles Amerikanischen – Modernität im Kleinsten und Letzten.“*¹³⁶

Die Aussage macht deutlich, dass die geistige *Amerikanisierung* als ein Bestandteil jenes *Modernisierungsprozesses* begriffen wurde, der mit allen alten Werten und Formen brach. In diesem Zusammenhang sahen Halfeld und eine ganze Reihe deutscher Amerika-Kritiker die größte Gefahr der *Amerikanisierung* darin, dass sie einen kulturellen Identitäts- und Werteverlust innerhalb der Gesellschaft verursachen könnte.

Der Begriff des *Amerikanismus* ist – trotz der großen Anzahl von Texten, die sich mit seinem Wesen auseinandersetzten – schwer zu fassen, denn:

„[o]ffensichtlich bezeichnete der Begriff ‚Amerikanismus‘ nicht den tatsächlichen Einfluss amerikanischer Kultur, sondern wurde befrachtet mit internen Entwicklungen der deutschen

¹³⁴ Höllriegel, Arnold: *Ein New-Yorker Symposion. Die beste amerikanische Geselligkeit*. In: *BT*, 26.12.1928, MA.

¹³⁵ Berg, Peter: a. a. O., S. 132.

¹³⁶ Halfeld, Adolf: a. a. O., S. 162.

*Gesellschaft, die man grob unter dem Begriff der Modernisierung zusammenfassen könnte.*¹³⁷

Nicht nur, dass nach Meinung der Kritiker die *Amerikanisierung* eine Nivellierung der deutschen Kultur bedeutete, man befürchtete sogar, dass deren Ausbreitung eine „*Monotonisierung*“¹³⁸ der Welt zur Folge haben könnte. Dies mag insofern nachvollziehbar sein, als die Industrialisierung in vorher ungekanntem Ausmaß die Produktion von identischer Massenware ermöglichte und die Medialisierung des *American way of life* durch Presse und Film ein breites Publikum in seinen Bann zog. So hieß es 1925:

*„Von Amerika kommt jene furchtbare Welle der Einförmigkeit, die jedem Menschen dasselbe gibt, denselben Overallanzug auf die Haut, dasselbe Buch in die Hand, dieselbe Füllfeder zwischen die Finger, dasselbe Gespräch auf die Lippe und dasselbe Automobil statt der Füße.“*¹³⁹

Die Bezeichnung *amerikanisch* war mehrdeutig; je nach Sachverhalt und Kontext konnte sie eine abwertende oder aufwertende Bedeutung haben. Manche Phrasen mit diesem Wort wurden zu festen Redewendungen bzw. Begrifflichkeiten, die wiederum Klischees vermittelten, z. B. das *amerikanische Denken*, der *amerikanischer Geschäftssinn*, die *amerikanische Art* oder das *amerikanische Lächeln*. Der Begriff *amerikanisch* machte sich schließlich eigenständig und bezeichnete nicht mehr etwas typisch US-Amerikanisches, sondern gewann – je nach Wortverbindung und Kontext – eine eigene Semantik, die meist nur im europäischen bzw. deutschen Kontext verständlich war. *Amerika* wurde somit ein leerer Begriff, den jeder nach seinen Wünschen und Bedürfnissen füllen konnte.

2.4.1 Der wirtschaftliche *Amerikanismus*

Um die Lage nach dem Ersten Weltkrieg zu stabilisieren, engagierten sich die USA an der Wiederherstellung Europas. *„Aus amerikanischer Perspektive hing der Frieden in Europa – oder die Entspannung – von der Errichtung eines angemessenen*

¹³⁷ Göktürk, Deniz: a. a. O., S. 2.

¹³⁸ Vgl. Zweig, Stefan: *Die Monotonisierung der Welt*. In: *BBC*. 1.2.1925, MA.

¹³⁹ Ebenda. In diesem Artikel sieht der Autor jedoch nicht nur die Gefahr aus Amerika, sondern auch aus Russland kommen, wo „*derselbe Wille zur Monotonie in verwandelter Form*“ drängt, „*der Wille zur Parzellierung des Menschen, zur Uniformität der Weltanschauung, derselbe fürchterliche Wille zur Monotonie*“.

*deutsch-französischen Gleichgewichts ab.*¹⁴⁰ Das war einer der Gründe, warum die USA 1924 den *Dawes-Plan* einführten, der die deutsche Wirtschaftserneuerung beschleunigen sollte – und dies auch tat. Danach änderten sich in der Weimarer Republik die politische und die öffentliche Stimmung gegenüber den USA. Eine Welle großer Begeisterung für Amerika durchströmte das Land. „*Wieviel größer als gleich nach Friedensschluß ist jetzt, 1924, der deutsche rush auf Amerika!*“¹⁴¹, vermerkte der berühmte Theaterkritiker Alfred Kerr, der die Eindrücke während seines USA-Aufenthalts im *Berliner Tageblatt* veröffentlichte. Die Deutschen sahen in den Vereinigten Staaten ein Vorbild, nicht nur für die Wiederherstellung, sondern für die Weiterentwicklung wirtschaftlicher und technologischer Prozesse.

„*Der geopolitische Abstieg des ‚Alten Europas‘, der durch die beiden Weltkriege der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts beschleunigt wurde, verlief gegenläufig zum rasanten Aufstieg Amerikas, das seine Dynamik aus der Substitution menschlicher Arbeit durch verwissenschaftlichte Technik, durch produktive, maschinengestützte Herstellungssysteme bezog.*“¹⁴²

1923 erschien in Deutschland die Autobiografie von Henry Ford *Mein Leben und Werk* und löste Begeisterung unter Betriebswirten, Ingenieuren und Technikern, aber auch unter den Sozialisten aus. Das Leben Henry Fords galt als Innbegriff des amerikanischen Traums und als ein möglicher Wegweiser in der Reform der eigenen Wirtschaft und Gesellschaft¹⁴³. Der durch Ford und Taylor repräsentierte wirtschaftliche *Amerikanismus* wurde zu einem Studienobjekt. Hughes behauptet sogar: „[...] *der Fordismus stelle eine höhere Stufe des Kapitalismus dar, welche die sozialistischen Elemente absorbiert habe und mehr auf das Allgemeinwohl als auf Gewinnstreben ausgerichtet sei.*“¹⁴⁴ Nach 1924 reisten zahlreiche Ingenieure und Wirtschaftsexperten in die USA, um Informationen und Erfahrungen zu sammeln und vor Ort zu lernen, wie sie die Erneuerung der Wirtschaft in der Heimat vorantreiben konnten. Schütz behauptet, dass in der Weimarer Republik *Amerika* und „*Maschinisierung*“¹⁴⁵ zu Synonymen wurden. Das bezeugen die Berichte von zahl-

¹⁴⁰ Offner, Arnold A.: *Forschungen zum deutsch-amerikanischen Verhältnis. Eine kritische Stellungnahme*. In: Trommler, Frank (Hrsg.): a. a. O., S. 516.

¹⁴¹ Kerr, Alfred: *Yankee Land*. a. a. O.

¹⁴² Tanner, Jakob und Linke, Angelika: *Amerika als „gigantischer Bildschirm Europas“*. a. a. O., S. 1.

¹⁴³ Vgl. hierzu: FehI, Gerhard: *Welcher Fordismus eigentlich?* In: RWTH Aachen; Stiftung Bauhaus Dessau (Hrsg.): a. a. O., S. 18 - 37.

¹⁴⁴ Hughes, Thomas P.: *Die Erfindung Amerikas. Der technologische Aufstieg der USA seit 1870*. C. H. Beck München, 1989, S. 292.

¹⁴⁵ Schütz, Erhard: *Fließband – Schlachthof – Hollywood. Literarische Phantasien über die Maschine USA*. In: Schütz, Erhard (Hrsg.): *Willkommen und Abschied der Maschinen*.

reichen Amerika-Reisenden, unter denen sich viele Ökonomen, Unternehmer und Techniker befanden.

„Als die chaotischen Nachkriegsjahre endeten und das Thema Modernisierung ins Zentrum der Aufmerksamkeit rückte, wurde der Begriff ‚Amerikanismus‘ speziell von zwei gesellschaftlichen Gruppierungen hochgespielt, Ingenieuren und Geschäftsleuten auf der einen Seite und Journalisten und Intellektuellen auf der anderen.“¹⁴⁶

In den Berichten von Franz Westermann oder Otto Moog sind typische Reiseziele und Eindrücke solcher Amerika-Aufenthalte nachzulesen.¹⁴⁷ Westermann beschrieb seine Reise als *„eine rein technische Studienreise“*¹⁴⁸ und stellt somit auch klar, was Amerika für ihn war: ein Studienobjekt. Der Inhalt beider Reiseberichte ist sehr ähnlich, um nicht zu sagen: identisch. Man besichtigte die Ford-Fabriken in Detroit, sah sich deren Produktionsabläufe an, sprach mit Ford-Arbeitern und verglich die viel vorteilhafteren Arbeitsbedingungen und Verdienste mit den deutschen Zuständen. Vor allem der Besitz des Autos, das sich in den USA jeder Fabrikarbeiter leisten konnte, in Deutschland aber Privilegierten vorbehalten blieb, war für die deutschen Reisenden der Beweis dafür, dass in Amerika Wohlstand leichter zu erreichen sei als in Europa und dass dieser vor allem auch jedem zugänglich war. Während des *Dritten Reiches* versuchte Hitler, das Automobil *„vom Luxusartikel zum Gebrauchs-Objekt für alle“*¹⁴⁹ zu machen und orientierte sich dabei am US-amerikanischen Wirtschaftsmodell.

Neben den Ford-Werken in Detroit wurden auch andere Fabriken in verschiedenen Teilen des Landes besucht und beschrieben. Ein vielbesuchter Ort, in dem sogar Touristenführungen stattfanden, waren die Schlachthöfe von Chicago bzw. die – wie es bei Westermann heißt – *„Schlachtfabriken“*¹⁵⁰. Diese galten als modernste und effektivste wirtschaftlichen Anlagen. Nach der Beschreibung dieser Fabrikanlagen folgte in den meisten Texten die Schilderung von amerikanischen Städten, Menschen und Lebensweisen. Vor allem ging es den Schreibenden aber darum,

Literatur und Technik. – Bestandsaufnahme eines Themas. Klartext Verlag Essen, 1988, S. 123 - 143.

¹⁴⁶ Trommler, Frank: a. a. O., S. 669.

¹⁴⁷ Westermann, Franz: *Amerika wie ich es sah. Reiseskizzen eines Ingenieurs.* H. Meyer's Buchdruckerei Halberstadt, 1926. Und: Moog, Otto: *Drüben steht Amerika ... Gedanken nach einer Ingenieurreise durch die Vereinigten Staaten.* Georg Westermann Verlag Braunschweig, 1927.

¹⁴⁸ Ebenda, S. 9.

¹⁴⁹ Hachtmann, Rüdiger: a. a. O., S. 37 - 66.

¹⁵⁰ Ebenda, S. 64.

„die Erkenntnis der Grundlagen des grandiosen Wirtschaftslebens und der vollendeten Fabrikationstechnik Amerikas mit aller Gewalt in das Gehirn des deutschen Volkes hinein(zu)hämmern“¹⁵¹.

Denn „[s]o könnte auch uns vielleicht einmal von dem so viel verspotteten ‚Amerikanismus‘ das wirtschaftliche und soziale Heil kommen“¹⁵², heißt es 1924 im *Berliner Tageblatt*. Im wirtschaftlichen *Amerikanismus* sah man ein Mittel, die wirtschaftliche Konjunktur anzukurbeln, die wiederum die Herausbildung einer demokratischen Gesellschaft fördern würde, einer Gesellschaft, in der Herkunft und sozialer Status einen nicht an der Selbstverwirklichung hinderten. Dies versprachen sich sowohl die Liberalen wie auch die Sozialisten vom *Amerikanismus*, denn „[v]iele glaubten, das Zusammenwirken von Technologie und Demokratie sei das Wesentliche der amerikanischen Zivilisation“¹⁵³.

Zusammenfassend kann man sagen, dass in den 1920er- und 1930er-Jahren „Taylorismus“ (wissenschaftliche Betriebsführung) und ‚Fordismus‘ (Massenproduktion) die Kennzeichen des ‚Amerikanismus‘¹⁵⁴ waren.

2.4.2 Der geistige Amerikanismus

Im Gegensatz zur Begeisterung für die technologische und wirtschaftliche Entwicklung der USA stand die Geringschätzung der US-amerikanischen Zivilisation, der man eine eigenständige moderne Kultur aberkannte. Dies geschah meistens unter dem Vorwand, eine *junge Nation* brauche Zeit, um eine Kultur zu entwickeln. Interessant ist dabei, dass dies nicht nur eine europäische Überzeugung war, sondern auch die US-amerikanische Selbstwahrnehmung zu entsprechen schien. So behauptete z. B. Thomas P. Hughes:

„Die moderne Technologie entstand in Amerika. Sogar die Deutschen, die sie selbst auf einen hohen Entwicklungsstand gebracht hatten, erkannten an, daß der erste Anstoß von den Vereinigten Staaten ausgegangen war [...]. Doch der Begriff der technologischen Kultur wurde in Europa definiert. Die Europäer hielten den Amerikanern den Spiegel vor, in dem sie sich als das Rohmaterial der Moderne sehen konnten, aus dem die Europäer eine moderne Kultur schaffen wollten.“¹⁵⁵

¹⁵¹ Ebenda, S. 5.

¹⁵² Stein, Günther: *Ford – und unsere Not*. In: *BT*, 31.5.1924, AA.

¹⁵³ Hughes, Thomas P.: a. a. O., S. 288.

¹⁵⁴ Ebenda, S. 288. Vgl. auch: Haußer, Christian: *Amerikanisierung der Arbeit? Deutsche Wirtschaftsführer und Gewerkschaften im Streit um Ford und Taylor (1919 - 1932)*. Stuttgart, 2008.

¹⁵⁵ Hughes, Thomas P.: a. a. O., S. 288.

In dieser Behauptung spiegelt sich die Überzeugung wider, dass die Amerikaner gar nicht fähig wären, eine eigenständige Kultur herauszubilden, wenn jegliche europäische Impulse fehlen würden.¹⁵⁶ Der *geistige Amerikanismus* wurde lediglich als eine „*zivilisatorisch-kulturelle Eigenart*“¹⁵⁷ wahrgenommen, worin sich einmal mehr die voreingenommene europäische Position widerspiegelte, die Unterlegenheit der US-amerikanischen *Sensationskultur* gegenüber der eigenen *Hochkultur* zu unterstreichen. Wenn hier von Voreingenommenheit die Rede ist, so bedeutet dies, dass in den meisten Fällen die Inferiorität der amerikanischen Kultur von vornherein feststand und eine Problematisierung dieser Prämisse gar erst nicht zugelassen wurde. Möglicherweise war dieses deutsche Beharren auf der eigenen geistigen und kulturellen Überlegenheit der Schutzmechanismus einer Nation, die an einen Entwicklungstiefpunkt angelangt war. Die Auseinandersetzung mit der Kultur der USA erzwang die Beschäftigung mit der eigenen Kultur, die in Veränderung begriffen war und sich in einem neuen, modernen Gesellschaftskontext zu verorten hatte.

Das demokratische Prinzip der US-amerikanischen Kultur wurde entweder begeistert aufgenommen oder als nivellierender Einfluss rigoros abgelehnt. Trotz aller Kritik erfreute sich diese Kultur oder das, was man dafür hielt, in Europa großer Popularität. „*Amerikanismus*’ *avancierte in den zwanziger Jahren zur Chiffre für vorbehaltlose und bindungslose Modernität.*“¹⁵⁸

2.5 Die moderne amerikanische Kultur = eine Massenkultur?

In Amerika war „bereits in der Mitte des 19. Jahrhunderts die Populärkultur viel weiter verbreitet und hatte die Gesellschaft viel tiefer durchdrungen als in Europa“¹⁵⁹. Dies resultierte aus einer Entwicklungsgeschichte, die sich von der europäischen grundlegend unterschied. Neal Gabler ist der Ansicht, dass der Grund, warum Amerika zum Land des Entertainments wurde, in der protestantischen Religion liegt, die sich im 19. Jahrhundert ausbreitete:

¹⁵⁶ Vergleich hierzu auch Saldern, Adelheid von: *Selbstbild im Spiegel. Amerikanische Identität im Verhältnis zu Europa – die 1920er Jahre*. In: Linke, Angelika; Tanner, Jakob (Hrsg.): a. a. O. Hrsg. von , S. 117 - 136.

¹⁵⁷ Zitiert nach: Linke, Angelika; Tanner, Jakob: *Amerika als „gigantischer Bildschirm Europas“*. a. a. O., S. 14. Vgl. auch: Otto, Viktor: *Deutsche Amerika-Bilder. Zu den Intellektuellen-Diskursen um die Moderne 1900 - 1950*. Wilhelm Fink Verlag München, 2006.

¹⁵⁸ Peukert, Detlev J. K.: a. a. O., S. 179. Peukert geht im Zusammenhang mit der Problematik des städtischen Wohnens näher auf die Thematik des *Amerikanismus* ein.

¹⁵⁹ Gabler, Neal: a. a. O., S. 22.

„Im Vergleich zu Europa, wo Kirchenmacht zentralistisch und Glaube formalisiert waren und selbst das Gebet durch Geistliche vermittelt wurde, war der evangelische Protestantismus eine demokratische Religion – nicht hierarchisch, sondern sehr persönlich, bodenständig, expressiv und enthusiastisch.“¹⁶⁰

Die Ende des 19. Jahrhunderts begonnenen Prozesse der Industrialisierung und Urbanisierung ebneten den Weg für gesellschaftliche Veränderungen, die in den 1920er-Jahren mit voller Kraft einsetzten. *„Mit der Durchsetzung der Industrialisierung waren die Voraussetzungen für Massenproduktion und Massenkonsum geschaffen worden.“¹⁶¹* Infolgedessen *„wandelten sich die Formen der Öffentlichkeit fundamental. Dazu trugen politische, soziokulturelle und technische Veränderungen bei. Formierte Massen beherrschten das Bild.“¹⁶²* Die „Masse“ repräsentierte ein breites und vielschichtiges Publikum, das nach einer einheitlichen Kultur verlangte, die demokratische Aspekte hatte – demokratisch in dem Sinne, dass sie allen leicht zugänglich und kostengünstig sein sollte. In den 1910er- und 1920er-Jahren wurde in den USA die neue Mittelschicht zum Träger der Massenkultur – ähnlich wie in der Weimarer Republik. Der Unterschied lag in der Zusammensetzung dieser Schicht, woraus sich andere Anforderungen an die Kultur ergaben:

„Vergleicht man die Debatten über die Entstehung der Massenkultur in den Vereinigten Staaten mit jenen in Deutschland, so fallen einige markante Unterschiede auf. Form und Funktion der amerikanischen Massenkultur stellten [...] eine Reaktion auf die kulturellen Bedürfnisse der riesigen Einwanderer-Arbeiterklasse dar und wurden von ihr geprägt.“¹⁶³

Teile der Intellektuellenschicht in den USA hatten die gleiche Vorstellung von Massenkultur und Hochkultur wie die deutschen Amerikakritiker und unterschieden zwischen beiden sehr deutlich:

„Nach Meinung der Vertreter des Elitären betrachtet die Kunst jeden Zuschauer, Zuhörer oder Leser als Individuum, dem es eine persönliche Reaktion zu entlocken galt. Die Unterhaltung hingegen behandelte ihr Publikum als Masse, als Zahlen einer Statistik, als ‚Nicht-Mensch‘ [...].“¹⁶⁴

Ähnlich wie in der Weimarer Republik war auch in den Vereinigten Staaten der Kampf zwischen der Hochkultur und der Unterhaltung ein gesellschaftlicher Kampf, der jedoch früher ausgetragen wurde. Die Populärkultur wurde in Amerika ebenfalls

¹⁶⁰ Ebenda, S. 35.

¹⁶¹ Peukert, Detlev J. K.: a. a. O., S. 175.

¹⁶² Ebenda, S. 165.

¹⁶³ Kaes, Anton: a. a. O., S. 654.

¹⁶⁴ Ebenda, S. 29, zitiert nach: Macdonald, Dwight: *Against the American Grain. Essays on the Effects of Mass Culture*. New York, 1962.

als eine Demokratisierung der Kultur verstanden. „*Unterhaltung war in erster Linie der Triumph der Gefühle über die Vernunft. Im Amerika des 19. Jahrhunderts ging es vor allem um den Triumph der Demokratie über die Unterdrückung.*“¹⁶⁵

In Deutschland kam es in Folge des Ersten Weltkrieges zur Verarmung des breiten Mittelstandes der Vorkriegszeit und schließlich zur Bildung einer neuen Mittelschicht: der Angestellten. Diese repräsentierten fortan jene *Masse*, die nach der Populärkultur verlangte: „*Masse erschien als das amorphe, gleichwohl reale Phänomen des Zerfalls, war die soziale Macht der Moderne schlechthin, die alle kulturellen Errungenschaften in Frage stellte [...].*“¹⁶⁶ So bildete sich eine Kultur heraus, die sich den neuen Anforderungen anpasste und durch die Inbetriebnahme neuer Medien – des Kinos und der Presse – einen vorher nicht gekannten Verbreitungsgrad fand: die Massenkultur. In Verbindung mit den modernen Medien sprach man mitunter gern von Unterhaltungsobsession, von „*Lesewut*“, „*Kinosucht*“ und „*Radiotismus*“.¹⁶⁷

Den Rhythmus der 1920er-Jahre bestimmte der Jazz. Nicht umsonst bezeichnet(e) man in den USA die 20er-Jahre auch als *The Jazz Age*. Diese afroamerikanische Musik verband man mit dem „*Triebhafte[n]*“, dem „*Ursprüngliche[n]*“¹⁶⁸, ihre exotischen Klänge trafen den Nerv der Zeit. Man sprach von „*fanatisch tanzenden Menschen*“¹⁶⁹, die sich im „*Gegenrhythmus*“ des Fishwalks, Shimmys, Charlestons oder Black-Bottoms räkelten. Die kriegserschöpfte europäische Zivilisation und insbesondere die junge Generation suchte nach neuen Impulsen, die sie in den „*unzivilisierten*“¹⁷⁰ Klängen und Bewegungen zu finden schien, zu denen sie sich in die Nachkriegsperiode *eintanzen* wollte.

Obwohl in der Weimarer Republik ein Massenpublikum genauso vorhanden war wie in den USA, verdiente in den Augen der deutschen Kulturkritiker nur das Phänomen der US-amerikanischen Prägung die Bezeichnung *Massenkultur*. Mit ihr verband man seichte Unterhaltung, die auf Sensationelles erpicht war und nur bei einem Publikum Gefallen finden konnte, das keinen oder zumindest keinen geschulten

¹⁶⁵ Ebenda, S. 43.

¹⁶⁶ Lüdtkke, Alf; Marßolek, Inge; Saldern, Adelheid von: a. a. O., S. 12. Vgl. auch: König, Helmut: *Soziologie und Leidenschaften. Die Masse im bürgerlichen Zeitalter*. Rowohlt Reinbek, 1992.

¹⁶⁷ Rosenhaft, Eve: *Lesewut, Kinosucht, Radiotismus: Zur (geschlechter-)politischen Relevanz neuer Massenmedien in den 1920er Jahren*. In: Lüdtkke, Alf; Marßolek, Inge; Saldern, Adelheid von: a. a. O., S. 120.

¹⁶⁸ Godwin, Catherina: *Der Sinn der Tanzwut*. In: *Die Dame*, Jg. 48, H. 17, (Juni) 1921, S. 5.

¹⁶⁹ Ebenda.

¹⁷⁰ Ebenda.

Geschmack hatte. Für ein solches Publikum hielt man das amerikanische. Dementsprechend formuliert der Zivilisationskritiker Halfeld: *„Damit der Wert geistiger Qualitätsarbeit im vollen Umfange, d. h. im ‚Massenabsatz‘ in bare Dollars umgemünzt werden konnte, mangelt es in den breiten Schichten an der notwendigen Geschmackskultur.“*¹⁷¹ Oder anders ausgedrückt: *„Die Masse tanzt nicht, sie wird getanzt.“*¹⁷²

Die deutsche Bewertung der US-amerikanischen Kulturproduktion war vorwiegend vom eigenen Überlegenheitsgefühl gekennzeichnet. Die europäische Kultur wurde als eine *Hochkultur* des Bildungsbürgertums verstanden, die es vor der fortschreitenden *Amerikanisierung* zu schützen galt. Es ist anzunehmen, dass diese starke Kulturkritik auch eine Gelegenheit war, das verletzte Selbstwertgefühl der Deutschen nach dem verlorenen Krieg wieder zu stärken, denn die Kultur schien einer der wenigen Bereiche zu sein, in denen man sich den US-Amerikanern noch überlegen fühlen konnte.

Die Deutschen verstanden sich – dem Geiste des 18. und 19. Jahrhunderts verpflichtet – als eine *Kulturnation*, die eine *Hochkultur* erschaffen hatte. Die um die Jahrhundertwende aufkommenden modernen Strömungen, wie die Avantgarde oder der Expressionismus, blieben gleichermaßen elitär. Mit neuen Ausdrucksformen wollte sie aufrütteln, schockieren, verändern, doch gewannen sie kein größeres Publikum für sich. Die deutschen Intellektuellen hatten trotzdem verinnerlicht, sich kulturell tendenziell von den Amerikanern zu distanzieren: *„Kultur wurde mit ‚Sein‘ assoziiert; Amerikaner wären aber lediglich auf das ‚Tun‘ und auf materielle Werte ausgerichtet. Kultur sei hingegen mit ‚Seele‘ verbunden – und Deutschland stehe gerade in dieser Beziehung an der Spitze.“*¹⁷³ Der amerikanischen, d. h. der populären Kultur wurde vorgeworfen, dass bei ihr der Warenwert im Vordergrund stehe und sich die Interaktion mit dem Kulturrezipienten dahingehend veränderte, dass dieser zum Konsumenten degradiert wurde:

*„Kultur erscheint hier als Produkt, zu welchem der Rezipient nicht das souveräne Verhältnis des aktiven Nutzers oder Interpreten hat, sondern dem er – in der düsteren Perspektive einer alles nivellierenden und kommerzialisierenden Kulturindustrie – nur als passiver Konsument mit dem Wunsch nach momentaner Befriedigung gegenübertritt.“*¹⁷⁴

¹⁷¹ Halfeld, Adolf: a. a. O., S. 41.

¹⁷² Ebenda.

¹⁷³ Hughes, Thomas P.: a. a. O., S. 13.

¹⁷⁴ Böhler, Michael: *High und Low. Zur transatlantischen Zirkulation von kulturellem Kapital*. In: Linke, Angelika; Tanner, Jakob (Hrsg.): a. a. O., S. 23. Vgl. zum Thema Massenkultur

Bei der Massenkultur handelte es sich jedoch um kein rein US-amerikanisches Phänomen, sondern eher um das Ergebnis eines historischen Entwicklungsprozesses. Gleichwohl blieben die Vereinigten Staaten von Amerika unbestritten das Ursprungsland der modernen Massenkultur.

Deren Befürworter begeisterten sich in erster Linie für den demokratisierenden Charakter des *Amerikanismus*. Kaes formuliert es wie folgt:

*„Die Berliner Avantgarde betrachtete die amerikanische Massenkultur als ein Instrument zur radikalen Modernisierung und Demokratisierung der deutschen Kultur ebenso wie des deutschen Lebens. Die amerikanische Massenkultur wurde nicht nur gleichgesetzt mit Charlie Chaplin und Kino, Jazz und Charleston, mit Boxen und Zuschauersport; vor allem repräsentierte sie Modernität und das Ideal eines Lebens auf der Höhe der Zeit.“*¹⁷⁵

Wie diese Feststellung nahelegt, stand bei der Auseinandersetzung mit der US-amerikanischen Kultur der Wunsch nach einer Reform der eigenen Kultur im Vordergrund. Die amerikanische Kultur war modern, weil sie den Zeitgeist aufnahm und auszudrücken verstand und weil sie alle sozialen Schichten erreichte. Der Anspruch nach einer Umformung der deutschen Kultur des Bildungsbürgertums in eine Massenkultur nach *amerikanischem* Muster kann deshalb vor allem als Wille zu ihrer *Modernisierung* und *Demokratisierung* angesehen werden. Daher kann zusammenfassend gesagt werden, dass Und darin liegt eine wesentliche Errungenschaft der Weimarer Kultur, eine Kultur,

*„[...] unter der jene Kunst verstanden [wird], die den Anspruch des ‚Demokratischen‘, das heißt Massenhaften dieser Republik wirklich ernst nahm und sich zugleich gegen alles bloß Reaktionäre wandte. [...] Weimarer Kultur bedeutet daher im besten Sinne stets progressive Massenkultur.“*¹⁷⁶

Das gekonnte Zusammenspiel von Konsum, Markt und Medien wurde zum Hauptmerkmal der modernen Industriekultur. Im Gegensatz zur Hochkultur, die als Ausdruck einer bürgerlichen Elite verstanden wurde, hatte die Industriekultur einen demokratischeren Charakter, da sie allen Schichten zugänglich war. Die Heftigkeit der Auseinandersetzung und der Versuch, sich entschieden von der vermeintlichen *amerikanischen* Kultur abzugrenzen, widerspiegelt den starken Druck, dem sich die so genannte Hochkultur im Industriezeitalter ausgesetzt sah.

auch: Huyssen, Andreas: *After the Great Divide: Modernism, mass culture, postmodernism*, Bloomington, 1986.

¹⁷⁵ Kaes, Anton: a. a. O., S. 657.

¹⁷⁶ Hermand, Jost; Trommler, Frank: *Die Kultur der Weimarer Republik*. Fischer Taschenbuch Verlag Frankfurt am Main, 1988, S. 12.

„Der Bereich der so genannten hohen Kultur dagegen, traditionell als Kernbereich europäischer Identität betrachtet, erscheint als von Amerikanisierungsprozessen weniger beeinflusst und beeinflussbar. Was der ‚hohen‘ Kultur passiert, ist vielmehr das Schicksal der Verdrängung: Sie wird, so die Wahrnehmung, ebenso wie traditionelle Volkskultur durch amerikanische popular culture in weiten Kreisen der Gesellschaft zunehmend marginalisiert [...]“¹⁷⁷

Es zeigte sich deutlich, dass der kulturkritische Diskurs um Amerika in Deutschland ein Mittel war, den Kulturwandel im Industriezeitalter zu bewältigen.

2.6 Amerika als Zukunftsvision am Beispiel des Kulturdiskurses

Trotz der Überzeugung von der eigenen kulturellen Überlegenheit, stellte man sich die Frage, welchen Weg die deutsche Kulturentwicklung einschlagen sollte und werde. Sollte dem Modell *Amerika* nicht nur im wirtschaftlichen Bereich, sondern auch im Kulturellen die Zukunft gehören? – Viele Intellektuelle waren dagegen. Zu den eindeutig kritischen Positionen gehört auch die folgende:

„Amerika kommt noch weniger für uns in Frage; die neue Welt ist altgeboren. Zivilisation ohne Kultur, sie ist überhaupt nur ein hybrider Ableger der Alten Welt, und ‚Amerika auf Europa übertragen, die Neue Welt in die Alte Welt gekeilt‘, wäre nur die Impfung eines Organismus mit von ihm selbst ausgestoßenen Verwesungstoffen.“¹⁷⁸

In dieser Kritik zeigt sich die Negation Amerikas als kulturfähige Zivilisation, die aus eigener Kraft und Inspiration fähig wäre, etwas Wertvolles zu erschaffen. Als Begründung dafür wird die *Geschichtslosigkeit* der USA angeführt. Halfeld sprach in diesem Zusammenhang von einer *„Vergangenheitslosigkeit“* und von *„kulturelle[r] und geschichtliche[r] Undefinierbarkeit Amerikas“¹⁷⁹*. Es gäbe dort *„weder eine Aristokratie des Geistes noch der Geburt“¹⁸⁰*. Das amerikanische Volk sei noch jung und der Geschmack noch nicht ausgeprägt. Die amerikanische Kultur bzw. das, was man dafür hielt, konnte den europäischen Maßstäben nicht standhalten. Amerika verfügte zweifellos über eine Zivilisation, aber über Kultur? *„Kultur verband sich mit Tiefe und Innerlichkeit – Eigenschaften, die amerikanischer Musik, Literatur und Theater angeblich völlig abgingen.“¹⁸¹*

¹⁷⁷ Linke, Angelika; Tanner, Jakob: *Amerika als „gigantischer Bildschirm Europas“*. a. a. O., S. 20. Vgl. auch: Böhler, Michael: a. a. O., S. 69 – 93.

¹⁷⁸ Brandenburg, Hans: *Ketzergedanken über die „neue Zeit“*. In: *BT*, 19.4.1928, AA.

¹⁷⁹ Halfeld, Adolf: a. a. O., S. 6.

¹⁸⁰ Ebenda, S. 7.

¹⁸¹ Lüdtkke, Alf; Marßolek, Inge; Saldern, Adelheid von: a. a. O., S. 13.

„Alles was Geld, Organisation, Enthusiasmus und Sammlergeist zusammenbringen können, ist jetzt in Amerika in hervorragender Weise und in vollen Maße vertreten. Die schöne Hülle ist da; alles, was der Alten Welt abgesehen werden konnte, ist in Bausch und Bogen, teilweise sogar verbessert, übernommen worden und prunkt aus im Reichtum des Landes und der harten, kahlen Unschönheit der amerikanischen Großstädte hervor. [...] Das Übernommene ist noch nicht geistig assimiliert – die Kultur lebt, wird aber noch nicht erlebt.“¹⁸²

Diese Vorstellungen mögen unterschiedliche Gründe gehabt haben: neben der Tatsache, dass die deutsche Kultur nach dem Weltkrieg das einzige Gut war, dessen Wert keiner Inflation unterlag, sicher auch der Umstand, dass die meisten Kritiker der USA das Land selber nicht persönlich erlebten und ihre Meinung lediglich von den in Europa verbreiteten Klischees über die *amerikanischen* Kultur geprägt war.

Neben den bereits genannten kritischen und abwertenden Positionen gab es auch gemäßigte Positionen, wie z. B. jene von Fred Hildenbrandt. Zwar war er nicht begeistert von der Vorstellung, dass Amerika auch Vorreiter in geistigen Dingen sein würde, jedoch sah er dies als Folge der fortschreitenden Entwicklung und damit als unumgänglich an:

„Ja, ich weiß, wie schnell seine politische Poesie unsere romantische übernehmen und besiegen wird, dass Amerika der Weg ist, den wir gehen müssen, dass es das Tor der Zukunft ist, aber lieben kann ich es deshalb nicht.“¹⁸³

Wie aus dem präsentierten Material ersichtlich wurde, fand die US-amerikanische Kultur – sofern sie überhaupt als solche akzeptiert wurde – nur wenig Wohlwollen in den Augen von deutschen Intellektuellen, was aber nicht heißt, dass sie nicht durchaus ihre Befürworter fand. Meist handelte es sich dabei um jene, die die USA selbst besucht hatten und sich vor Ort einen Eindruck machen konnten. So zeigt sich z. B. Dora Sophie Keller 1931 in der *Dame* überrascht von der Qualität des amerikanischen Buchgeschmacks: „Als Deutscher ist man immer wieder erstaunt, wieviel geistige Kost das so materiell eingestellte Amerika hervorbringt; es gibt eine Unzahl guter und lesbarer Bücher in allen Abstufungen des Geschmacks.“¹⁸⁴ Joseph Chapiro widmete sich 1928 in seinem Text *Das geistige Amerika* der Betrachtung verschiedener Bereiche der US-amerikanischen Kultur, die er nicht als *Massenkultur* verstand. Chapiro bespricht die Romane von Thomas Dreiser oder Sinclair

¹⁸² Anonym: *Die Frau in der amerikanischen Kultur*. Aus „Wege zum Wissen“ (Bd. 1.): „Das geistige Amerika von heute“ von Hermann George Scheffauer, Ullstein Verl. Berlin. In: *Die Dame*, Jg. 53, H. 3, (Oktober) 1925, S. 54.

¹⁸³ Hildenbrandt, Fred: *Yankeeland. Eine Reise von Alfred Kerr*. In: *BT*, 22.5.1925, AA.

¹⁸⁴ Kellner, Dora Sophie: *Was liest man in Amerika?* In: *Die Dame*, Jg. 59, H. 10, (Februar) 1932, S. 42.

Lewis und Theaterstücke von Eugen O’Neal oder Sherwood Anderson. Er fordert eine Differenzierung zwischen dem „*mechanischen*“ (wie er ihn nennt) und dem „*geistigen Amerikanismus*“, der meist unbekannt sei:

„Wenn wir von Amerika und seinen geistigen Ausstrahlungen sprechen, so bezeichnen wir damit meist Dinge und Begriffe, die ganz unamerikanisch sind. Jazz, Charleston, ‚La magie noire‘, wie Paul Morand sein erstes Buch genannt hat, sind für die amerikanischen Dichter nichts anderes als Flucht in die Exotik, der Wunsch sich von der Yankeeivilisation freizumachen, ein Seelenzustand, der die ‚amerikanische Tragödie‘ darstellt [...] ich wollte nur von vorneherein auf den Charakter dieser Literatur hinweisen und feststellen, dass wir Europäer irrtümlich die Leit motive des mechanischen Amerika mit denen des geistigen identifizieren.“¹⁸⁵

Weiterhin ist er der Überzeugung, dass man sich in Europa mit der amerikanischen Dichtung befassen müsse, diese verspreche, der nächste Exportartikel der USA zu werden, und es auch wert sei.

Neben der Literatur fand auch das in Deutschland wenig bekannte US-amerikanische Theater bei denen Zuspruch, die sich während ihres Amerika-Aufenthaltes damit bekannt machten. Alfred Kerr widerlegte die Klischees über das amerikanische Bühnenleben ohne jegliche Spur von Überheblichkeit. Während seines Aufenthaltes in den Vereinigten Staaten im Jahr 1922 publizierte er seine Reiseeindrücke im *Berliner Tageblatt*, und er schrieb: *„In Berlin weiss man scheinbar mehr über die Erfolge der Geschäftstheater in New-York als über die ernsten literarischen Bühnen, die neben dem Beifall der Kritik gleichfalls ein zahlreiches Publikum finden.“¹⁸⁶* Er ging noch weiter und ergriff sogar Partei für die Amerikaner: *„Und wer diesem amerikanischen Volk, diesem herrlichen Jugendvolk nur die sogenannte Zivilisation zubilligt, aber nicht Kultur: der ist mit unheilbarer Kurzsicht geschlagen.“¹⁸⁷* Es scheint, dass die USA und der dort herrschende innovative Geist im kulturellen Bereich Kerr sehr beeindruckten und er diese Situation ohne Voreingenommenheit zu beurteilen vermochte. Neben Kerr äußerte sich in der *Dame* auch Gustav Kauder positiv über die US-amerikanische Theaterwelt und beklagte die europäische Überheblichkeit und Ignoranz:

„In dem mancherlei unberechtigten intellektuellen Hochmut, den Europa noch immer gegen Amerika hegt, gehört auch unser Kunst- und Theater-Hochmut. Nichts aber ist falscher als die Anschauung, daß das amerikanische Theater noch immer nichts anderes ist als billiges Mittelding zwischen Kino, Varieté und Tanzoperette, das nur die gedankenträgsten Menschen befriedigen könne. Die Wahrheit ist, daß das europäische Theater sich unaufhalt-

¹⁸⁵ Chapiro, Joseph: *Das geistige Amerika*. BT, 30.8.1928, MA.

¹⁸⁶ Krutch, Wood Joseph (Dr.): *Literarisches aus Amerika. Roman, Drama, Lyrik*. In: BT, 26.4.1928, MA. Krutch war Theaterkritiker der New Yorker Zeitschrift *The Nation*.

¹⁸⁷ Kerr, Alfred: *New-Yorker Eindrücke*. Titanenfirmes. a. a. O.

sam abwärts bewegt, der absoluten Unterhaltungsalbernheit zu, während das amerikanische Theater gerade umgekehrt sich unverzagt emporarbeitet. [...]. New York steht in amerikanischem Lande draußen geradezu schon im Verruf, unerträglich ‚highbrow‘, daß heißt überintellektuell eingebildet worden zu sein. Tatsächlich kann auch ein geistig anspruchsvoller Mensch augenblicklich im New-Yorker Repertoire soviel Auswahl und mehr finden als in Berlin, jedenfalls findet er hier mehr interessante Neuheiten.“¹⁸⁸

Meine Darstellung zeigt, dass die Wahrnehmung der US-amerikanischen Kultur in zwei einander entgegengesetzten Positionen gipfelte. Vorherrschend war das Klischee, dass die populäre Massenkultur der USA eine Gefahr für die *hohe* deutsche Kultur darstellte. Die andere Position differenzierte zwischen einer *populären* und einer *hohen* Kultur auch in Amerika, bezogen insbesondere auf Literatur und Theater. Beiden wurde die gleiche Wertigkeit zuerkannt wie der europäischen Kultur, mehr noch wurde erste als besonders innovativ und beispielhaft verstanden.

2.7 Das ambivalente Bild des Amerikaners im deutschen Feuilleton

Die Ansichten über die US-Amerikaner in der deutschen Presse unterlagen ähnlichen Gesetzmäßigkeiten, d. h. die Vorstellung über das Wesen *des Amerikaners* orientierte sich vorwiegend an Klischees. Im Zusammenhang mit dem US-amerikanischen Volk gebrauchte man meistens das Adjektiv *jung*, was so viel bedeuten konnte wie: agil, unverbraucht und stark.

„[...] [sowohl der] Kaugummi [...] als auch jene ganz bestimmte lärmende Harmlosigkeit [gelten als] besondere Kennzeichen des amerikanischen Volkes, also eines unproblematischen, traditionslosen und gesunden Menschenschlags [...]“¹⁸⁹,

behauptete 1928 Hans Kafka im *Berliner Tageblatt*. Die Rede von der *Jugend* der Amerikaner konnte allerdings auch bedeuten, sie seien unerfahren und unreif. Einerseits erkannte man also das Potenzial der US-amerikanischen Bevölkerung an und sagte ihr eine große Zukunft voraus, andererseits unterstellte man ihr fehlende Reife.

In den geläufigen Vorstellungen war *der Amerikaner* ein hart arbeitender, erfolgreicher und hartnäckiger Geschäftsmann. Der Devise „*Time is money*“ verpflichtet, war er ein „*von Tempo restlos-rastlos durchdrungener Mensch*“.¹⁹⁰ Besonders bewundernswert schien seine Kompetenz in technischen Dingen zu sein,

¹⁸⁸ Kauder, Gustav: „Highbrow“. *Modernes amerikanisches Theater*. In: *Die Dame*, Jg. 49, H. 18, (Juni) 1922, S. 11.

¹⁸⁹ Kafka, Hans: *Lunapark. Ein Stück Amerika versuchsweise...* In: *BT*, 7.8.1928, MA.

¹⁹⁰ Viertel, Bertold: *Eine Minute Pause*. In: *BT*, 19.11.1924, MA.

so glaubte z. B. Otto Moog: *„Der Amerikaner saugt die Technik mit der Muttermilch auf.“*¹⁹¹ Diese Wertungen über den wirtschaftlichen *Amerikanismus* entsprechen den zu Beginn dieses Kapitels erwähnten. Technische Geschicklichkeit, Geschäftssinn und Tatendrang schienen in diesem Zusammenhang wichtige Merkmale eines Amerikaners zu sein, die meist mit Bewunderung quittiert wurden.

Der Amerikaner wurde bevorzugt als Teil einer großen Gemeinschaft wahrgenommen und selten als Individuum. Auch wenn man von ihm im Singular sprach, meinte man die Amerikaner als Volk. Halfeld verwendet in seinem Werk sogar die Bezeichnung *„Massenmensch“* der den Ruf hatte, leicht beeinflussbar und unkompliziert – im Sinne von anspruchslos – zu sein. Er wurde dem *„Europäer“* entgegengestellt und dieser ging aus dem Vergleich als Sieger hervor:

*„Der Massenmensch hat keine seelische Tiefe, er kennt keine Probleme und Abgründe, ist zufrieden und lebt in den Tag hinein. Er besitzt kein Verständnis für die mannigfaltigen Sorgen des Europäers, den doch mindestens die politische und soziale Unrast seiner Zeit bewegt, selbst wenn er zufällig das Glück haben sollte, reich geboren zu sein. Der Amerikaner will durch nichts behelligt werden sein. Auch kümmert ihn im Grunde nichts.“*¹⁹²

Man zweifelte nicht an den geschäftlichen Fähigkeiten der Amerikaner, doch in anderen Lebensbereichen schien er keine Qualitäten zu besitzen. In seinem *Wesen* hielt man ihn für gutgläubig – oder gar für naiv – und glaubte, Anlass zu haben, ihn verspotten zu können. So mokierte sich z. B. Dora Sophie Kellner in der *Dame*:

*„Der Amerikaner hält sich für den gerissensten Geschäftsmann der Welt, er ist mißtrauisch und vorsichtig bis zum Äußersten, wenn es sich um einen Mietvertrag, den Kauf eines Autos oder irgendeinen anderen Kontrakt handelt – trotzdem fällt er aber auf jeden plumpen Schwindel herein, wo es nicht um Business, sondern um übernatürliche Dinge geht. Nirgends auf der Welt spekuliert man so erfolgreich auf den Aberglauben der lieben Mitmenschen, nirgends findet man so viele Medien und Hellseher wie gerade im nüchternen Amerika [...]“*¹⁹³

Das Klischee vom naiven Amerikaner war bisweilen auch ein Mittel, die behauptete eigene geistige und kulturelle Überlegenheit zu wahren. Nicht nur das *Wesen*, sondern auch das Aussehen der Amerikaner wurde einer strengen Beobachtung unterzogen: Der *echte* Amerikaner war gut gebaut, sportlich, gebräunt und lächelte immer selbstzufrieden. Diese Vorstellung wurde natürlich auch von unzähligen US-amerikanischen Filmen lanciert. Vereinzelte Texte dokumentieren diese Beschrei-

¹⁹¹ Moog, Otto: a. a. O., S. 11.

¹⁹² Halfeld, Adolf: a. a. O., S. 237.

¹⁹³ Kellner, Dora Sophie: *Gespensterfang in den USA*. In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 14, (April) 1927, S. 57.

bung und Bewertung des typisch *amerikanischen* Aussehens. Ein aussagekräftiges Beispiel erschien in der *Dame* unter dem Titel *Zurück zum Indianer. Die Wandlungen des amerikanischen Gesichts*. Wie aus diesem Titel hervorgeht, ist der Autor bemüht, die genuine Entwicklung der amerikanischen Physiognomie zu erforschen:

„Merkwürdigerweise ist die Anähnung des weißen an den indianischen Typ bisher nur in männlichen Antlitz Amerikas merkbar, noch nicht im weiblichen. [...] Der typische Amerikaner ist, bei ungefähr gleicher Länge, etwas massiver gebaut als der Engländer. Seine Gesichtszüge sind scharf und klar geschnitten, Backenknochen stärker betont, die Nase meist lang vorspringend. Die Lippen sind recht dünn, fest geschlossen, Ausdruck eines entschlossenen Charakters. Das Kinn ist wohlgeformt, meist ziemlich fein, aber doch energisch, willenskräftig. Der Gang des Amerikaners ist gut, ruhig, wohl gelenkt, unübereilt. Und sein Blick hat eine tief spähende Schärfe, die sowohl von schnellem Denken wie von Menschenkenntnis, Menschenverständnis zeugt. Auch in dieser seiner Art, [...], erinnert an den Indianer, mit dem er auch die Großherzigkeit, Großzügigkeit, Ritterlichkeit und Gastfreiheit gemeinsam hat.“¹⁹⁴

Der Autor vergleicht die Gesichtszüge des *weißen* Amerikaners mit denen der amerikanischen Ureinwohner. Gleichzeitig wird das Äußere mit Charaktereigenschaften verbunden, die als *indianische Tugenden* aufgefasst wurden. Diese Art der Beschreibung erinnert an die Mythisierung der amerikanischen Ureinwohner als *edle Wilde*; so scheint auch der Amerikaner als ein *edler Wilder* des modernen Zeitalters stilisiert zu werden.

Zusammenfassend kann über die Darstellung von US-Amerikanern in der deutschen Presse gesagt werden, dass sie von starker Polarität geprägt war, von einem Bild, das zwischen Geschäftstüchtigkeit und damit verbundenem Erfolg auf der einen und menschlicher Unzulänglichkeit und Naivität auf der anderen Seite oszillierte. Das machte *den Amerikaner* zu einer bewunderten und gleichzeitig belächelten Figur. Er galt als „*Tatmensch*“¹⁹⁵, der jenes *junge* Amerika repräsentiert, das sich im Stadium der Zivilisation befindet, aber über keine Kultur verfügt. Ihm stehen die *Kulturmenschen* als Vertreter einer ausgereiften europäischen Kultur gegenüber.¹⁹⁶

¹⁹⁴ Anonym: *Zurück zum Indianer. Die Wandlungen des amerikanischen Gesichts*. In: *Die Dame*, Jg. 52, H. 21, (Juli) 1925, S. 12.

¹⁹⁵ Dovifat, Emil: a. a. O., S. 86.

¹⁹⁶ Zur Beziehung des deutschen Feuilletons zur amerikanischen Kultur nach 1945 vergleiche: Doering-Manteuffel, Anselm: *Wie westlich sind die Deutschen?* Vandenhoeck und Ruprecht Göttingen, 1999. Und: Thomä, Dieter: *Unter Amerikanern. Eine Lebensart wird besichtigt*. C. H. Beck München, 2000.

3 Berlin, das „New York Alt-Europas“

Berlin im Wandel der Geschichte des 20. Jahrhunderts: der Mythos, die Reichshauptstadt, die geteilte Stadt und das Symbol der deutschen Einheit. Seit Berlin erneut zur Hauptstadt – diesmal des wiedervereinten Deutschlands – wurde, werden Diskussionen über seinen Weg in die Zukunft geführt. Dabei wird immer wieder auf den Mythos der 1920er-Jahre zurückgegriffen, wovon nicht zuletzt die gegenwärtige Stadtgestaltung zeugt.

Es seien an dieser Stelle die Friedrichstadtpassagen und der Wiederaufbau des Potsdamer Platzes erwähnt. Letzterer erinnert in seiner neu errichteten äußeren Form – bis auf die Ampel – in nichts mehr an den Potsdamer Platz jener 20er-Jahre. Geblieben ist jedoch der Symbolgehalt des markantesten Ortes dieser Zeit, der Innbegriff der Modernität war. Dass die Architektur des Platzes an US-amerikanische Städte erinnert¹⁹⁷, bezeugt auch der Volksmund, der ihn als *Little Manhattan* bezeichnet. Aber nicht nur das Backsteinhochhaus von Hans Kollhoff erinnert an das *Flatiron Building* in New York, sondern auch die Upper Eastside Berlin, Ecke Friedrichstraße / Unter den Linden, erinnern an New York. Das heutige Berlin ist mit seinen 3,5 Millionen Einwohnern nicht mehr eine der größten europäischen Städte, doch ist es eine aufregende *Metropole im Werden*, die sich bei der Neugestaltung ihrer berühmten Geschichte bedient.

In den 1920er-Jahren war Berlin mit über 4 Millionen Einwohnern nach New York und London die drittgrößte Stadt der Welt.¹⁹⁸ New Yorks Weltstadtstatus war unbestritten, Berlin jedoch musste sich diesen erst erkämpfen, wie dem Feuilleton zu entnehmen ist. Obwohl die Ansichten über den Weltstadtcharakter Berlins auseinandergingen, ist unbestritten, dass die Stadt in jenen Jahren ein bedeutendes geistiges, wissenschaftliches und kulturelles Zentrum von internationaler Bedeutung wurde. Die Wahrnehmung Berlins als moderne Metropole wurde von den Darstellungen der Presse, insbesondere vom Feuilleton, mitgestaltet und mitgeprägt. Zusammengefasst kann daher gesagt werden:

„Sicher jedoch ist, dass das Bild des damaligen Berlins nicht vorstellbar ist ohne die Existenz der Zeitungen darin und die Arbeit der Zeitungen daran. Berlin wurde zu dem, was

¹⁹⁷ Dem Einfluss der USA auf Deutschland nach 1945 widmet sich Rutschky, der die BRD als „Musterbeispiel der Amerikanisierung“ bezeichnet. Auch nach der Wiedervereinigung beobachtet er eine fortschreitende Amerikanisierung, die sich unter anderem am Beispiel des Potsdamer Platzes zeigt, der als eine „amerikanische Mall“ bezeichnet wird. Rutschky, Michael: *Wie wir Amerikaner wurden. Eine deutsche Entwicklungsgeschichte*. Ullstein Berlin / München, 2004.

¹⁹⁸ Anonym: *Viel Lärm um nichts*. In: *BT*, 28.7.1928, MA.

seine Bewohner und seine Zeitgenossen als Berlin erfuhren und sich einbildeten, was sie faszinierte oder schreckte, zuerst und vor allem durch das Berlin, das die Zeitungen in Berlin entwarfen.“¹⁹⁹

Berlin, eine *amerikanische* Stadt? Gab es tatsächlich Parallelen, die einen Vergleich zwischen Berlin und New York möglich machen? Beide Großstädte verband zumindest die Sonderstellung, die sie im eigenen Land innehatten. Auch wenn New York in Europa als typisch *amerikanisch* wahrgenommen wurde, war es einzigartig und keinesfalls typisch für den Rest des Landes. Genauso galt für Berlin vor und auch nach 1933, dass es nicht als typisch *deutsch* zu bezeichnen war. 1935 hielt Paul Fechter dazu fest:

„Aber schon in New York stößt der Fremde auf das Wort, daß ihm nachher im Lande wieder begegnet: ‚New York ist nicht Amerika‘. Es gilt in noch viel höherem Maße, als das entsprechende Wort für das Verhältnis zwischen Berlin und dem Reich gilt.“²⁰⁰

Auch das schnelle Emporkommen Berlins zur Metropole verlief fast parallel zeitgleich zur Entfaltung New Yorks. Schon diese Tatsache, legt die Suche nach Parallelen nahe. Meine These lautet dabei, dass – da in den 1920er-Jahren *amerikanisch* mit *modern* gleichgesetzt wurde – Berlin als eine der modernsten Großstädte Europas durchaus als in diesem Sinne *amerikanisch* verstanden werden kann. Bemerkenswert ist, dass, während man Berlin für eine *amerikanische* Stadt hielt – Klaus Siebenhaar spricht hier sogar von der „*amerikanischsten aller europäischen Metropolen*“²⁰¹, New York wiederum als eine *europäische* Stadt betrachtet wurde. Berlin galt also als die *amerikanische* unter den europäischen Städten, was aber noch nicht heißt, dass dies tatsächlich auch so war. Deshalb ist es das Ziel des vorliegenden Kapitels, diese These zu prüfen und die *amerikanischen* Züge Berlins aufzudecken.

Thomas Bender behauptet: „*Historisch gründete New Yorks Besonderheit innerhalb der amerikanischen Kultur in seiner engen Beziehung zu Europa. Es wurde vielfach als eine europäische Stadt auf unserer Seite des Atlantiks angesehen.*“²⁰² Das *Europäische* an New York war seine durch Internationalität geprägte Kultur. Der

¹⁹⁹ Jäger, Christian; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Glänzender Asphalt. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik*. Fannei & Walz Verlag Berlin, 1994, S. 335.

²⁰⁰ Fechter, Paul: *Welt mit anderen Maßen*. a. a. O., S. 6.

²⁰¹ Siebenhaar, Klaus: *Nachwort*, In: Siebenhaar, Klaus (Hrsg.): *Wilder, Billy. Der Prinz von Wales geht auf Urlaub. Berliner Reportagen, Feuilletons und Kritiken der zwanziger Jahre*. Fannei & Walz, Berlin, 1996, S. 151.

²⁰² Bender, Thomas; Herterich, Frank; Sennett, Richard: *New York und seine Intellektuellen*. In: Prigge, Walter: *Städtische Intellektuelle Urbane Milieus im 20. Jahrhundert*. Fischer Verlag Frankfurt am Main, 1992, S. 186.

berühmte Theaterkritiker Kerr war vom Kulturleben der Stadt dermaßen angetan, dass er ihm *europäische* Qualität zuerkannte: „*New York ist eine europäische Theaterstadt.*“²⁰³ Auch Arnold Höllriegel meinte, in New York *Europäisches* erkannt zu haben, das sich von dem Rest Amerikas unterschied:

„*Ich weiß, daß diese solide, schon ganz ins Feinste kultivierte Stadt, die wir da genießen, an der ungeheuren elektrischen Maschine Amerikas, die europäische Kathode ist, und daß es noch einen anderen Pol gibt, einen uneuropäischen, einen antieuropäischen.*“²⁰⁴

Der *europäische* Charakter New Yorks resultierte aus der Einwanderung, die gegen Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts von Europa ausging. Weiterhin war er dem Austausch zwischen US-amerikanischen und europäischen Intellektuellen zu verdanken.

In den 1930er-Jahren schließlich emigrierten viele Deutsche, darunter etliche Berliner, nach Amerika, wo New York ihre erste Station war. Sie brachten Know-how und intellektuelles und künstlerisches Potenzial mit. Richard Sennett hob in seiner Argumentation den positiven Einfluss der europäischen Emigranten hervor: „*Die europäischen Emigranten der dreißiger Jahre brachten in das intellektuelle Leben New Yorks eine einzigartige Regsamkeit, wie wir sie heute kaum noch kennen.*“²⁰⁵ Unter den deutschen Emigranten waren viele, meist jüdischer Herkunft, die in Deutschland zu führenden Persönlichkeiten des wissenschaftlichen und kulturellen Lebens zählten und die Weimarer Kultur mitgestaltet hatten. Wie die weitere Entwicklung in Deutschland hätte aussehen können, wenn jene Emigranten weiter dort gewirkt hätten, ist nicht mehr zu erfahren. Ihr erfolgreiches Wirken in Amerika lässt aber vermuten, dass sie in jedem Fall eine Bereicherung gewesen wären. Denn „*[e]rst außerhalb Deutschlands, zumal in den tief und weit reichenden Anregungen auf das amerikanische Geistesleben, sind die Impulse der zwanziger Jahre zu voller Wirkung gediehen.*“²⁰⁶

Das Berlin der 1920er-Jahre ist bereits Gegenstand zahlreicher Untersuchungen gewesen. Das vorliegende Kapitel trägt zur Ergänzung dieser Forschung bei, indem es den *Urbanisierungsdiskurs* jener Zeit als Bestandteil des *Amerikanisierungsdiskurses* untersucht. Denn die Auseinandersetzung mit der *Urbanisierung* als Bestandteil der *Modernisierung*, d. h. die moderne Stadtgestaltung sowie die damit verbundenen Sozialisierungsprozesse, wurden im Allgemeinen als *Amerikani-*

²⁰³ Kerr, Alfred: *New-Yorker Eindrücke. Theater*: a. a. O.

²⁰⁴ Höllriegel, Arnold: *Gefüllte Tomaten à la Liliom*. In: *BT*, 5.1.1928, MA.

²⁰⁵ Bender, Thomas; Herterich, Frank; Sennett, Richard: a. a. O., S. 187.

²⁰⁶ Bracher, Karl Dietrich: *Einleitung*. In: Gay, Peter: a. a. O., S. 11.

sierung des Alltags verstanden. Mein Interesse richtet sich vor allem darauf, die expliziten und impliziten Vergleiche Berlins mit New York sowie konkrete Darstellungen der behaupteten *amerikanischen* Züge Berlins im Feuilleton aufzuspüren. Darüber hinaus werden die Gründe erörtert, warum es für die Zeitgenossen so wichtig war, den *amerikanischen* Charakter der Stadt zu betonen.

Um diesen Fragestellungen nachgehen zu können, wird zunächst die Entwicklung der Großstadt zum Zentrum der modernen urbanen Kultur skizziert. Danach wird auf die Wechselbeziehung zwischen *Amerikanisierung* und *Urbanisierung* eingegangen. Untersucht werden dabei die Kriterien, die den *amerikanischen* Stadtcharakter ausmachten. Es sei an dieser Stelle betont, dass es sich bei der Vorstellung von einer typisch *amerikanischen* Stadt stets um eine Imagination handelte, um ein Gedankenkonstrukt. Die europäische Idee von der *amerikanischen* Stadt orientierte sich überwiegend an den US-amerikanischen Großstädten der 1920er-Jahre, insbesondere an New York, aber auch an Chicago und Detroit. Zuletzt wird die Darstellung New Yorks und Berlins von 1933 bis 1938 untersucht. Dabei kann es sich nur um einen Ausblick handeln, weil sich die Einstellung des *Dritten Reiches* den USA gegenüber nach dem Kriegsbeginn im Jahre 1939 veränderte und schließlich nach deren Kriegseintritt im Jahr 1941 verschärfte, was sich höchstwahrscheinlich auch auf die Berichterstattung und Darstellung Amerikas in der deutschen Presse auswirkte.

3.1 Die Großstadt als Zentrum der modernen urbanen Kultur

„Seit die Metropolen den Gehalt der Geschichte absorbieren, ist Weltgeschichte Großstadtgeschichte.“²⁰⁷

Die moderne Großstadt, wie wir sie heute kennen, bildete sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts heraus, infolge der wissenschaftlichen und technologischen Entwicklung. Sie war das Zentrum von politischer Macht, Finanzkraft und moderner Industrie, die zusammen die notwendigen Rahmenbedingungen für die Herausbildung einer modernen urbanen Lebenskultur schufen. *„Die Großstadt ist in erster Linie eine volkswirtschaftliche Tatsache. Handel, Verkehr, Verwaltung, Industrie konzentrieren sich aus einem gewissen ökonomischen Rationalismus.“*, behauptete

²⁰⁷ Smuda, Manfred: *Die Großstadt als Text*. Wilhelm Fink Verlag München, 1992, S. 74.

Theodor Heuss.²⁰⁸ Die Großstadt war aber viel mehr als nur jene „*volkswirtschaftliche Tatsache*“, ihre dynamische Entwicklung machte sie zum Industrie- und Finanzzentrum und gleichzeitig zum Mittelpunkt moderner gesellschaftlicher und kultureller Entwicklungsprozesse.

*„Geistesgeschichte ist Stadtgeschichte. Städtische Kulturen bilden die materiellen Voraussetzungen für die Entfaltung von Intellektualität; die Geschichte der Ideen materialisiert sich in ihnen durch Netzwerke und Verflechtungen intellektueller Strategien, deren Zusammenreffen und Austauschformen spezifische urbane Milieus erzeugen [...]“*²⁰⁹

Die Intellektuellen fanden in der Großstadt nicht nur den geeigneten Rahmen für ihre schöpferische Tätigkeit, sondern auch ein interessiertes und vielschichtiges Publikum. Die intellektuellen und schöpferischen Kräfte, die die gesellschaftliche wie auch die kulturelle Entwicklung des 20. Jahrhunderts prägten, gelangten in der urbanen Umgebung zur vollen Entfaltung. Es waren diese *urbanen Milieus* innerhalb der europäischen und amerikanischen Metropolen, welche zu Beginn des 20. Jahrhunderts neue Weltbetrachtungen, Wertvorstellungen und Verhaltensregeln sowie neue Kunst- und Literaturrichtungen hervorbrachten. Und es waren die „*städtischen Intellektuellen*“, wie sie Walter Prigge bezeichnet, d.h. Historiker, Ökonomen, Architekten, Ingenieure, Soziologen, Psychologen u. a., welche die modernen urbanen Phänomene sowie auch das Phänomen der *Großstadt* selbst wissenschaftlich zu erfassen suchten.

*„Erfahrbar wird die neue Ordnung gesellschaftlicher Räumlichkeit in der Modernisierung von großstädtischen Lebensweisen, die bereits durch soziale Homogenisierung und Individualisierung, Rationalisierung und industrielle Arbeitsteilung, Geldkultur und Tempo der Gleichzeitigkeit geprägt sind. Und es sind vornehmlich die städtischen Intellektuellen, die diese Erfahrung verarbeiten: abendländische Rationalisierung und Bürokratie (Weber), Liebe, Luxus und Kapitalismus (Sombart), Individuum und Unbewußtes (Freud), Steigerung des Nervenlebens und Geldkultur (Simmel) [...]“*²¹⁰

William Morris ist der Auffassung, dass die Anziehungskraft der Großstädte darin läge, romantisch zu sein: „*[M]it romantisch meine ich, sie sehen so aus, als wenn dort etwas vor sich ginge*.“²¹¹ Die große Stadt war (und ist) ein Ort, der seinen Bewohnern Aktivität, Veränderung, Innovation geradezu abverlangte und keine Stagnation erlaubte. An diesem Ort konnten Träume von Selbstverwirklichung, Freiheit

²⁰⁸ Zitiert nach: Bausinger, Hermann; Kohlmann, Theodor (Hrsg.): *Großstadt: Aspekte empirischer Kulturforschung*. Berlin, 1982, S. 2.

²⁰⁹ Prigge, Walter: *Geistesgeschichte und Stadtgeschichte: Wien, Frankfurt, Paris. Eine Skizze*. a. a. O., S. 12.

²¹⁰ Ebenda, S. 25.

²¹¹ Girouard, Marc: *Die Stadt*. Canopus Verlag Frankfurt am Main, 1987, Vorwort.

und sozialem Aufstieg zur Realität werden, denn für jeden hielt die große Stadt eine passende Nische bereit. Paradoxaerweise förderte die Anonymität der Großstadt die Entfaltung von Individualität, Originalität und Exzentrität, die im urbanen Raum – ganz im Gegensatz zur kleinstädtischen oder dörflichen Umgebung – zu Vorzügen wurden und ausgelebt werden konnten. So behauptet es auch 1929 der amerikanische Soziologe Robert E. Park in seinem Aufsatz *City as a Social Laboratory*:

*„In the freedom of the city every individual, no matter how eccentric, finds somewhere an environment in which he can expand and bring what is peculiar in his nature to some sort of expression. A smaller city often tolerates eccentricity, but the city often rewards it. Certainly one of the attractions of a city is that somewhere every type of individual – the criminal and beggar, as well as the man of genius – may find congenial company and the vice of talent which was suppressed in the more intimate circle of the family or in the narrow limits of a small community, discovers here a moral climate in which it flourishes. The result is that in the city all the secret ambitions and all the suppressed desires find somewhere an expression.“*²¹²

Die Großstadtbewohner wurden allerdings auch als eine einheitliche Masse wahrgenommen. Bei der Beziehung zwischen dem Individuum und dieser Masse handelt es sich aber nicht um eine gegensätzliche, sondern eher um eine komplementäre Wechselbeziehung. Denn die Metropole bot die ideale Gelegenheit, in der Anonymität der Masse unterzutauchen oder sich aus ihr herauszuheben. Daran zeigt sich, dass die Großstadt als ein *Schmelztiegel* zu verstehen ist. Auf dem europäischen Kontinent bezog sich das eher auf die Klassenzugehörigkeit, auf dem amerikanischen wiederum auf die nationale und kulturelle Herkunft.

*„Das Erscheinungsbild der Großstadt wird wahrgenommen als eine Pluralität von Verhaltensweisen, Moden, Bedürfnissen und Produkten zu ihrer Befriedigung, die auf die Lebensführung mannigfacher, arbeitsteilig ausdifferenzierter, heterogener sozialer Gruppierung zurückgeht. [...] Die daraus resultierende Anonymität lässt die Großstadtmenschen trotz aller Vielfalt und individueller Freiheit als Masse auftreten.“*²¹³

Die Großstadt ist eindeutig viel mehr als eine „volkswirtschaftliche Tatsache“, sie ist ein „Stadtkörper“, wie es Lothar Müller²¹⁴ ausdrückt, ein lebendiger Organismus, der nicht nur all das aufnimmt, was um ihn herum passiert, sondern der das Geschehen selbst provoziert, generiert und dadurch mit seinen Bewohnern in ständiger Wechselwirkung agiert. Und gerade für die 1920er-Jahre gilt, dass

²¹² Smuda, Manfred: a. a. O., S. 41.

²¹³ Zitiert nach: Ebenda, S. 49. Vgl. auch: Hoffmann-Axthelm, Dieter: *Mythos – Stadt – Wahrnehmung*. In: Hickethier, Knut u. a.: S. 41 - 58.

²¹⁴ Müller, Lothar: *Die Großstadt als Ort der Moderne. Über Georg Simmel*. In: Scherpe, Klaus R.: *Die Unwirklichkeit der Städte. Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne*. Rowohlt Reinbek, 1988, S. 15.

„[...] das, was mit dem Begriff der Zeit auch die Wissenschaft die ‚Goldenen Zwanziger‘ nennt, war für die Formung und Prägung der großstädtischen Mentalität keineswegs bedeutungslos, weil nach dem Ersten Weltkrieg erstmals ein urbaner Kulturstil entstanden war, der schichtübergreifende Identitätslinien bot.“²¹⁵

Die Großstadt war nicht nur das Zentrum der Moderne, sondern gleichzeitig auch Aushängeschild des jeweiligen Landes. Somit wurde sie, die in Europa meist auch die Hauptstadt war, zum Maßstab der Modernität eines Landes. Berlin stand daher stellvertretend für die Weimarer Republik, und später das *Dritte Reich*; genau wie New York, Chicago, Detroit oder Los Angeles für *Amerika* standen. Es waren die meistbesuchten und bekanntesten amerikanischen Großstädte, mit denen man das Land identifizierte, denn sie wurden in Deutschland in den Zeitungen, im Kino und in der Werbung präsentiert. Mit ihrer Größe, der typischen Hochhausarchitektur und der allgemeinen Geschäftigkeit waren deshalb gerade diese Städte für die meisten identisch mit dem vermeintlichen *Amerika*. 1931 wird in der *Dame* eben diese falsche Vorstellung der Zeitgenossen diagnostiziert:

„Man begeht in Europa meist den Fehler, die Vereinigten Staaten nach den Metropolen New York, Chicago, Hollywood zu beurteilen. Nichts kann verkehrter sein. Charakteristisch für Amerika sind die weiten Steppen des mittleren Westens, die Industriegebiete, die unzähligen kleinen und größeren Mittelstädte, kurz, die Heimat des Mittelstandes [...].“²¹⁶

Insbesondere jene, die *Amerika* nur aus den Medien kannten, wussten davon jedoch eher gar nichts. Daher erscheint es nachvollziehbar, dass moderne Stadtgestaltung und *Urbanisierung* mit der *Amerikanisierung* gleichgesetzt wurden, wie am Beispiel Berlins gezeigt wird.

3.2 Berlin, die Vergnügungsmetropole – ein Stück „amerikanischer Kultur versuchsweise“

„Dreierlei kennzeichnet den Zustand des heutigen Durchschnittsmenschen: Kenntnisse, die sich im Beruf erschöpfen, Mangel einer von der Seele bestimmten Weltanschauung und Vergnügungssucht.“²¹⁷

1871 wurde das Preußische Berlin zur Hauptstadt des Deutschen Reiches. Die Konzentration von Finanzkapital und Industrialisierung führten zur seiner raschen Entwicklung. Der Zuwachs von Dienstleistungen förderte die Zuwanderung von

²¹⁵ Bausinger, Hermann; Kohlmann, Theodor (Hrsg.): a. a. O., S. 354.

²¹⁶ Kellner, Dora Sophie: *Was liest man in Amerika?*: a. a. O.

²¹⁷ Schaukal, Richard von: *Gedanken und Einfälle*. In: *die neue linie*, Jg. I, H. 6, (Februar) 1930, S. 16.

neuen Arbeitskräften, und die Stadt wuchs schlagartig. 1875 wurde Berlin zur Millionenstadt, bis zur Jahrhundertwende stieg die Einwohnerzahl auf 1 889 000²¹⁸. Der moderne Wohnungsbau, der Ausbau der Infrastruktur und zahlreiche technische Errungenschaften, wie die Einführung der elektrischen Beleuchtung, die modernisierte Kanalisation oder die Versorgung mit kaltem und warmen Wasser, machten das Leben in der Großstadt Berlin um 1900 zunehmend attraktiver. Am 27. April 1920 wurde das Gesetz *Über Bildung einer neuen Stadtgemeinde* in Kraft gesetzt, wodurch eine der größten Städte der Welt – Groß-Berlin – entstand. Die 4-Millionen-Metropole wurde zum Mythos der 1920er-Jahre, die als die *goldenen* bezeichnet werden. Fred Hildenbrandt, der einstige Feuilletonchef des *Berliner Tageblatts*, beschrieb in seinen Erinnerungen die damalige Atmosphäre in der Großstadt wie folgt:

*„Diese vielbesprochenen, vielgerühmten und vielgepriesenen großen Berliner Jahre umfassen nach der Meinung aller, die sie erlebten, ungefähr die Zeit von 1922 bis 1932. Und die Sache ist die: Diese zehn großen Berliner Jahre waren nur und ausschließlich für folgende Leute zehn große Jahre: für Journalisten, Schriftsteller, Theaterdirektoren, Redakteure, Regisseure, Schauspieler und Schauspielerinnen jeglicher Art, Tänzerinnen und Tänzer, Kabarettisten, Maler, Bildhauer, Zeichner, Musiker – und für ihrer aller Anhang. Und allein diese Menschen in ihren Zeitungen, Zeitschriften und Büchern, ihren Theatern, Buchhandlungen und Antiquariaten, ihren Varietés und Kabaretts, ihren Ateliers, ihren billigen und teuren Kneipen, Destillen, Restaurant und Cafés – diese allein und natürlich ihre Gäste, ihre Zuschauer und Zuhörer erlebten und genossen, schluckten, tranken, sofften und fraßen diese viel zitierten ‚zehn großen Berliner Jahre‘.“*²¹⁹

Anzunehmen ist, dass jene Jahre den Zeitgenossen im Nachhinein viel *goldener* erschienen, als sie es tatsächlich waren. – In dieser Zeit, in der „[a]lle Leidenschaften wach geworden [sind]: die Tanzwut, der Spielspleen, der Filmfimmel, der Konzertraptus, der Theaterkoller“²²⁰, bildete sich der Ruf Berlins als „Vergnügungsmetropole Europas“²²¹ heraus. Den Grund dafür sah der Soziologe Siegfried Krauer in der „Angestelltenkultur“, deren Zentrum die Stadt wurde:

„Sombart hat einmal bemerkt, daß unsere großen Städte heute keine Industriestädte, sondern Angestellten- und Beamtenstädte seien. Wenn das von einer Stadt gilt, so von Berlin. [...] Berlin ist heute die Stadt der ausgesprochenen Angestelltenkultur; das heißt einer Kultur, die von Angestellten für Angestellte gemacht und von den meisten Angestellten für eine Kultur gehalten wird. Nur in Berlin, wo die Bindungen an Herkunft und Scholle so weit

²¹⁸ Sösemann, Bernd: *Exerzierfeld und Labor deutscher Geschichte. Berlin im Wandel der deutschen und europäischen Politik zwischen 1848 und 1933*. a. a. O., S. 102.

²¹⁹ Hildenbrandt, Fred: *... ich soll dich grüßen von Berlin. 1922 - 1932. Berliner Erinnerungen ganz und gar unpolitisch*. Ehrenwirth Verlag München, 1966, S. 25.

²²⁰ Edel, Max (Dr.): *Reiz und Betäubung. Ein Beitrag zur Krankheit unserer Zeit*. In: *BT*, 24.11.1919, AA.

²²¹ Kähler, Hermann: *Berlin – Asphalt und Licht. Die große Stadt in der Literatur der Weimarer Republik*. Dietz Verlag Berlin, 1986, S. 37.

zurückgedrängt sind, daß das Weekend große Mode werden kann, ist die Wirklichkeit der Angestellten zu erfassen. Sie ist auch ein guter Teil von der Wirklichkeit Berlins.“²²²

Die Großstadt bot ein reiches Unterhaltungsangebot, und die Freizeitkultur wurde zum festen Bestandteil der modernen urbanen Lebensführung. Auffallend ist, dass sich die rationalisierte Lebensweise nicht nur in der Arbeit, sondern auch in den modernen Freizeitaktivitäten manifestierte. So ist beispielsweise 1928 im *Berliner Tageblatt* zu lesen:

„Es ist nachmittags fünf und Feierabend in den Bureaus. [...] Ein ununterbrochenes Menschenband schiebt sich durch die Strassen. [...] Jeder hat noch etwas vor für den Abend. Tempo und Hast sind fast wie am Morgen. [...], und der Berliner stürzt sich in die Ruhezeit mit dem selben Fanatismus wie in die Arbeit.“²²³

In jenen Jahren erlangte die Revue große Popularität. Die unterhaltungshungrigen Berliner pilgerten an den Abenden in die *Scala*, den *Admiralspalast* oder den *Wintergarten*. Auf der Bühne wurde getanzt, gesungen, jongliert, eben alles geboten, was das Publikum erheiterte.

„Als neues Bühnengenre eroberte die Ausstattungsrevue zu Beginn des Jahrhunderts die Theater der Metropolen der Welt. Nachdem sie sich in Paris etabliert hatte, setzte sie sich in London, New York und in den frühen zwanziger Jahren auch in Berlin durch.“²²⁴

Zu den bekanntesten Revuen gehörten die der Regisseure Erich Charell und Friedrich Holländer. Charell holte sich die Anregungen für seine Shows aus New York. Er engagierte sogar Paul Whitman und dessen Jazz-Orchester. Jeden Abend wurden schillernde Revuen mit einheimischen und ausländischen Stars aufgeführt, etwa mit den englischen *Tiller Girls* oder amerikanischen Jazzkapellen. Obwohl die USA nicht das Ursprungsland der Revue waren, wurde sie als Paradebeispiel der *amerikanischen* Unterhaltungskultur verstanden. 1929 charakterisierte etwa die aus Berlin stammende „populärste Revuetänzerin New-Yorks“, Gilda Gray, die den *Shimmy* erfunden haben soll, die Revue als eine „*amerikanische Kunstform*“:

²²² Kracauer, Siegfried: *Die Angestellten. Kulturkritischer Essay*. Gustav Kiepenhauer Verlag Leipzig / Weimar, 1981, S. 15.

²²³ Meyer, Kurt: *Der Berliner hat Herz ... Trotz Tempo und Hast!* In: *BT*, 8.5.1928, MA. Vgl. auch: „*Berlin, diese tüchtige Weltstadt, arbeitet emsig und grausam, nicht nur in den Betrieben, – auch für den Betrieb. O ernste, halsbrecherische Sachen, Vergnügungsindustrie!*“ Hartmann, Walter Georg: *Drei Weltstädte um Weihnachten – London, Paris, Berlin*. In: *die neue linie*, Jg. I, H. 4, (Dezember) 1929, S. 8.

²²⁴ Giazitzidis, Katja: *Eine goldene Zeit für den Tanz – die Zwanziger*. In: Bock, Petra; Kob-litz, Katja (Hrsg.): *Neue Frauen zwischen den Zeiten*, Edition Hentrich Berlin, 1995, S. 210.

„Eine leichte, eine minderwertige [...], aber eine der wenigen Kunstformen, die Amerika aus sich selber geschaffen hat. [...] Die Grundlage, auf der dies alles aufgebaut ist, ist der Rhythmus, der amerikanische Rhythmus, der Rhythmus des amerikanischen Lebens und der amerikanischen Seele. [...] Sie ist keine große Kunst und kein großer Tanz, aber sie hat eine sehr echte, elementare Natur.“²²⁵

In dieser Aussage finden sich alle gängigen Klischees und Vorurteile sowie die ambivalente Haltung gegenüber der amerikanischen Kultur wieder. (vgl. das 2. Kapitel). Den Amerikanern wird die Fähigkeit zuerkannt, eine ansprechende und publikumswirksame Art der Unterhaltung zu erfinden, die man zwar durchaus konsumiert und popularisiert, von der man sich allerdings auch distanziert, indem man deutlich macht, zwischen *hoher* und *niederer* Kunst unterscheiden zu können, wodurch man die Zugehörigkeit zur *höheren*, d. h. *europäischen*, Kultur manifestiert. Im Allgemeinen wurde der *amerikanischen* Kultur vorgeworfen, dass sie zielgerichtet auf die Erwartungen eines Massenpublikums zugeschnitten und somit kommerzielle und seichte Unterhaltung sei. Sie „[galt als] *fabrikmäßig und berechnend und die Revue mit einem raschen bunten Szenenwechsel, der auf eine höchst mögliche Publikumswirksamkeit ausgerichtet war, erinnerte an eine ‚fast industrielle Fertigung‘, für die Amerika als Beispiel stand.*“²²⁶ Folglich wurde jede Unterhaltungsart, die auf ein Massenpublikum abzielte, als *amerikanisch* wahrgenommen.

3.3 Sport – der kulturelle Vermittler amerikanischer Verhaltensweisen

Um die Jahrhundertwende begann das Interesse für Sport und Körperkultur zu steigen, wie z. B. die Wandervogel- oder die moderne Tanz- und Gymnastikbewegung zeigt. Aber erst in den 1920er-Jahren wurde der Sport zum Massenamusement – laut Halfeld zum „*Zeitvertreib der dumpfen Massen*“²²⁷. Berlin war das „*Herz des Sportlebens*“²²⁸ und Zentrum der Sportpresse.

„Der Sport erlebte in der zu Groß-Berlin zusammengeschlossenen Stadt einen ungeahnten Aufschwung. Er war jetzt nicht mehr die Sache einiger weniger Aktiver, er interessierte vielmehr ein Millionenpublikum. Rekordsport und Sportshows waren auf die Großstadt angewiesen [...]“²²⁹

²²⁵ Anonym: *Gilda-Gray: Die amerikanische Revue*. In: *Die Dame*, Jg. 52, H. 2, (Oktober) 1924, S. 2.

²²⁶ Giazitzidis, Katja: a. a. O., S. 211.

²²⁷ Halfeld, Adolf: a. a. O., S. 202.

²²⁸ Pfister, Gertrud: *Sportstadt Berlin*. In: Sportmuseum Berlin (Hrsg.): *Sport in Berlin. Kulturhistorische Schätze aus der Olympia-Stadt*. , Verlag Dirk Nishen Berlin, 1991, S. 10.

²²⁹ Ebenda, S. 13.

Nicht nur die Sportaktivitäten an sich, sondern auch die Besuche von Sportveranstaltungen waren äußerst populäre Freizeitaktivitäten. *„Die sportaktiven Berliner – 1928 etwa 5 % der Bevölkerung – waren nur eine kleine Minderheit gegenüber den Sportenthusiasten, die als Zuschauer Ablenkung, Unterhaltung und Spannung suchten.“*²³⁰ Das Publikum setzte sich aus allen Bevölkerungsschichten zusammen, von einfachen Arbeitern bis zu Filmstars. 1919 wird es im *Berliner Tageblatt* ironisierend als eine vielfältige Gesellschaft geschildert: *„Revolutionsgents, Nigger, geistige Hüte mit blitzenden Scherben vor dem aktivistischen Auge, Straßenbahner mit der lieben Frau und allen Kindern, Schauspieler, Fahrstuhlführer, Schlächtergesellen, Karikaturisten ... zarte Frauen.“*²³¹ Alle Anwesenden verband ein starkes Gemeinschaftsgefühl, zumindest für die Dauer der Sportveranstaltung. Sportler und Zuschauer verschmolzen zu einer *„Massenphysiognomie“*; der Einzelne zählte nicht mehr, wie es z. B. im *Berliner Tageblatt* heißt: *„Der Einzelne und seine Seele versinken auf dem bescheidenen 15-Mark-Platz völlig in das Nichts der Fünftausend, [...]“*²³² Die Masse hielt das gemeinsame Sporterlebnis zusammen, *„das Gesamtgebilde der Kraft und Anmut“*, das man aus *„einer respektvollen Entfernung“* beobachtete, *„um nicht durch Einzelheiten gestört zu werden“*²³³.

Die Sportveranstaltungen wurden zum gesellschaftlichen Ereignis, wo man *sah und gesehen wurde*. Insbesondere moderne Sportarten, wie der Boxkampf und das Sechstagerennen, erfreuten sich großer Beliebtheit. Es waren die USA, die als die *„Geburtsstätte“*²³⁴ solcher Sportarten galten. Die Amerikaner wurden nämlich als Meister der publikumswirksamen Inszenierung betrachtet, um die es bei jenen Sport-Events in erster Linie ging. Die Wettkämpfe wurden als Shows inszeniert, was auch daran deutlich wird, dass die Zuschauer während der Pausen mit musikalische Einlagen unterhalten wurden: *„Die Kapelle schmettert einen flotten Fox-trott, einen schmissigen Shimmy und ab und zu für die älteren Herrschaften einen schmalzigen Walzer. Aber nur dann, wenn nicht gespurtet wird.“*²³⁵

Wie sehr den Zeitgenossen bewusst war, dass es sich bei den Veranstaltungen um inszenierte Unterhaltung handelte, wird daran ersichtlich, dass man für deren Beschreibung Parallelen zum Film zog:

²³⁰ Ebenda.

²³¹ Brenner, Hans: *Boxer*. In: *BT*, 18.8.1919, AA.

²³² Ebenda.

²³³ Engel, Fritz: *Stadion*. In: *BT*, 25.7.1919, AA.

²³⁴ Kaul: *Six Days. Zum 14. Berliner Sechstagerennen im Sportpalast*. In: *BBC*, 12.3.1925, AA.

²³⁵ Arndt, Arno: *Auf dem Berliner Sechstagerennen. Nachts im Sportpalast*. In: *BT*, 19.2.1922, MA.

„Die Nacht wird kürzer und kürzer. Die Massen wanken kaum. Aus den Logen fixieren immer noch Hunderte von Menschen das bunte Kreiselbild. Der Film regiert hier. Weibliche und männliche Stars. [...] Die Leute von der Leinwand wissen, warum sie kommen, sie sehen ein gutes Stück aus der eigenen Welt. Das Sechstagerennen ist filmisch, ist ein kilometerlanger, rekordlanger Kinostreifen.“²³⁶

Auch der Boxer bewegte sich wie ein Schauspieler im Ring und setzte seine Schläge publikumswirksam in Szene. So wurde beobachtet: „Tatsächlich wird weniger gehauen als gesehen, wie man, wohin man hauen könnte.“²³⁷

Besonders interessant ist außerdem, inwiefern sich der Wandel der Frau auch im Sport widerspiegelte. Einerseits begann die vom Korsett befreite *Neue Frau* (siehe 4. Kapitel), selbst Sport zu treiben, andererseits wurde sie zum Sportfan. Vor allem der männliche Boxsport faszinierte sie, einige, z. B. Vicki Baum oder Marlene Dietrich, praktizierten diese Sportart sogar. Das zarte Geschlecht präsentierte seine harte Seite. Im *Berliner Tageblatt* etwa wird eine Dame portraitiert, die regelmäßig Boxkämpfe besucht. Sie schreckt auch kein Blut ab; für alle Fälle trägt sie stets Kölnisch Wasser bei sich. Wichtig ist ihr jedoch zu betonen: „Ich empfinde übrigens die Bilder dieser Shows keineswegs erotisch. Nur ästhetisch.“²³⁸

Aus der Gleichsetzung von Sport mit Unterhaltung folgte, dass die Sportler – wie die Filmhelden – zu Stars wurden. Dies verdeutlicht auch die folgende Beschreibung eines Boxers:

„Der eine hat schon Rothaut – der andere, ein bildhübscher Kerl wie aus dem Film gestiegen, in dem er sanfte Rollen spielt, bleibt weiß wie kühles Elfenbein – er verabfolgt seine Stöße [...] mit sprühenden Augen, mit kühlem, edlem Gesicht, hart, entschlossen, mit ergreifender Gebärde, als bedränge er auf der Filmwand den Trotz der Austernprinzessin oder einer anderen auf Seide schlafenden Frauenfee.“²³⁹

Dass die Sportler zu *Helden des Tages* avancierten, mag mehrere Gründe haben: Einer ist, dass es in der Zeit nach dem Ersten Weltkrieg an öffentlichen Demonstrationen von Stärke, Körperbeherrschung, Schnelligkeit und Erfolg mangelte. Die Sportler, die über diese Eigenschaften verfügten, wurden daher zu Trägern des modernen *Heldentums*.

Während in den 1920ern der Sport als Mittel individueller Ertüchtigung und Körperkultur verstanden wurde, diente er nach 1933 in erster Linie der gemeinschaftlichen Volksertüchtigung. Besonders prägnant wird dies in folgendem Vergleich formuliert:

²³⁶ Ebenda.

²³⁷ Brenner, Hans: *Boxer*. a. a. O.

²³⁸ Ebenda.

²³⁹ Ebenda.

„Es wird heute in Deutschland nicht weniger Sport getrieben als im alten Griechenland, wahrscheinlich wird heute sogar Körperkultur von der Gesamtheit des Volkes wichtiger genommen als damals.“²⁴⁰ Der Sport war – so die Argumentation des Autors – im *Dritten Reich* zweckgebunden, und zwar als Stärkung für die Arbeit, zum Wohle der Gemeinschaft.

„Wir haben in erster Linie einen Beruf. Für ihn uns gesund zu erhalten, das ist bei uns der Sinn des Sports. Es ist für uns eine bewusste Anstrengung für den höheren Zweck, besser arbeiten zu können. Damals war es ein Selbstzweck, weil körperliche Vollkommenheit letztes, fast religiöses Ideal war.“²⁴¹

Das *Dritte Reich* brauchte starke Menschen, geistig wie körperlich. Begriffe wie Stärke, Kraft, Wille und Ausdauer kennzeichneten den idealen deutschen Menschen. Die Nationalsozialisten instrumentalisieren den Sport für ihre Zwecke: „Im Sport verfolgten die Nationalsozialisten die gleichen Strategien wie in anderen Lebensbereichen: Gleichschaltung, rassistische Auslese und Ausmerzung [...]“.²⁴² Während der 1920er-Jahre wurde das Sportfeld zu einer virtuellen Arena, in welcher der Wettkampf eine Befreiung von den Sorgen des Alltags bot. Man identifizierte sich mit den Sporthelden, die stellvertretend für alle einen Kampf ausfochten. Im Nationalsozialismus hingegen wurde der Sport vor allem zur Disziplinierung und politischen Instrumentalisierung missbraucht.

Wenn man das Leben als Überlebenskampf versteht, spielt das Moment der Wettbewerbsfähigkeit und Stärke eine wichtige Rolle. Um sich den Herausforderungen der *Modernisierung* stellen zu können, musste man sich – wie ein Boxer – auf seinem Weg *durchboxen*. Das Land, das als Vorbild dafür diente, dass dies jeder muss, aber auch schaffen kann, waren die USA. Somit ist plausibel, dass eben jene Sportarten, die als *amerikanisch* galten, auch Träger *amerikanischer* Werte wurden, die man für nachahmungswert hielt. Eine äußerst aufschlussreiche Verknüpfung zwischen Sport und *Amerikanismus* stammt von Frank Becker. In seiner Dissertation untersucht er „die ‚Vertextung‘ des Sport-Diskurses“ und „sein ‚Eindringen‘ in die Literatur und seine Verarbeitung zum Interdiskurs“.²⁴³ Dabei analysiert er das Thema Sport anhand von Zeitschriften- und Zeitungstexten, Essays, Büchern und Traktaten. Becker versteht den Sport als einen „Symbolspender“ für eine „ameri-

²⁴⁰ Anonym: *Antike am Wannseestrand*: In: *die neue linie*, Jg. VIII., H.12, (August) 1937, S. 20.

²⁴¹ Ebenda.

²⁴² Pfister, Gertrud: a. a. O., S. 15.

²⁴³ Becker, Frank: *Amerikanismus in Weimar. Sportsymbole und politische Kultur 1918 - 33*, DUV Wiesbaden, 1993, S. 37.

*kanische' Modernisierung, [...] also für eine politische, soziale und kulturelle Entwicklung, die mit der Weimarer Republik kompatibel war*²⁴⁴.

Der Sport wurde bereits von den Zeitgenossen als Paradigma der modernen Industriekultur aufgefasst. Dies wird – unter anderem – 1931 in der *neuen linie* thematisiert. In den ironisch als „ketzerisch“ bezeichneten *„Gedanken über den Sport“*²⁴⁵ setzt sich der Autor mit der Beziehung von Sport und Kunst auseinander. Er stellt fest, dass der zeitgenössische Sport zur *Kunst* emporgehoben und mit den Mitteln der Literatur- und Kunstkritik beschrieben wird. Die Kunst- und insbesondere die Literaturproduktion, bediente sich wiederum der Sportmetaphorik:

*„Kunst des Fußballspiels, des Boxens, des Laufens usw. Und tatsächlich empfinden die vom Sportgeist (Sport-Geist!) Erfüllten den Sport als Kunst, nicht etwa nur im Sinne von Kunstfertigkeit, sondern gleichwertig mit Geisteskunst. Das Fußballspiel wird dem Drama gleichgesetzt, das Boxen ist ein sprühender Dialog, der elegante Hochsprung wird zum lyrischen Gedicht, das ausgearbeitete System eines Läufers ist Philosophie und Kunst in einem.“*²⁴⁶

Diesen Umstand wertet der Autor in diesem Sinne als *„Minderwertigkeitserklärung und Beiseitelegung der Kunst und des Geistes“*.²⁴⁷ Der Wandel, verursacht durch die Massenmedien und die Sportkultur, wurde als Nivellierung der Kultur im Allgemeinen verstanden. Auch diesbezüglich wurden die USA als Ursprungsland verstanden, und jener Kulturwandel daher als *Amerikanisierung*. Von Kulturkritikern wurde die als typisch amerikanisch geltende Aufwertung des Sportes abgelehnt, *„der ‚Kanonenkult‘, d. h. die Heroisierung der Sportler, das Rekordprinzip, die Kommerzialisierung oder auch die Sensationsgier der Sportzuschauer.“*²⁴⁸

Becker stellte in seiner Untersuchung im Zusammenhang von Sport und Amerikanismus fest:

*„Der Amerikanismus liefert den politisch-sozialen ‚Mythos‘, der bei der Gründung der Republik fehlte. Er zeigt den Weg auf, der vom Boden der Republik aus eingeschlagen werden kann und in die Zukunft einer Wohlstandsgesellschaft weist. Diese Perspektive wird in Bildern und Symbolen anschaulich, die aus einem populären Feld der aktiven und passiven Freizeitgestaltung stammen: der Sport illustriert alle Aspekte und Ausprägungen der amerikanischen Zukunftsvision.“*²⁴⁹

²⁴⁴ Ebenda.

²⁴⁵ Lehr, Fritz Herbert: *Mens sana in corpore sano*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 8, (April) 1931, S. 22.

²⁴⁶ Ebenda.

²⁴⁷ Ebenda.

²⁴⁸ Pfister, Gertrud: a. a. O., S. 14.

²⁴⁹ Becker, Frank: a. a. O., S. 343.

3.4 Parallelen zwischen New York und Berlin um 1900

New York galt als modernste Stadt der Welt und prägte in den 20er Jahren die deutsche Vorstellung von der *amerikanischen* Großstadt. New Yorks Entwicklung zu einer modernen Metropole begann – ähnlich wie im Falle Berlins – mit der Industrialisierung in den 80er-Jahren des 19. Jahrhunderts und war eng mit der gleichzeitigen Einwanderungswelle aus Europa verbunden. *„Gegen Ende des 19. Jahrhunderts hatte sich New York zur größten Stadt der Welt und zum bedeutendsten Zentrum der Fertigung entwickelt. Außerdem war es das finanzielle und industrielle Kontrollzentrum für eine internationale Wirtschaft [...]“*²⁵⁰

Infolge der Einwanderung aus Süd- und Osteuropa wuchs die Bevölkerung von 1,9 Millionen im Jahr 1880 auf 4,8 Millionen im Jahr 1910. New York wurde zum *melting pot*, zum *Schmelztiegel* verschiedener Kulturen. Die Einwanderer erhofften sich die Möglichkeit zum sozialen Aufstieg, die das Land ungeachtet ihrer nationalen und sozialen Herkunft zu bieten schien. Sie nahmen oft schlecht bezahlte Arbeiten an und hausten in Mietskasernen mit ungenügender hygienischer Ausstattung. Kriminalität breitete sich in den Vierteln der Einwanderer aus. Ihre Lage verbesserte sich erst um die Jahrhundertwende. *„Ab 1901 schrieb ein neues Wohnungsbau-gesetz erheblich bessere Sanitäreanlagen, Belüftung und nun auch Elektrifizierung vor.“*²⁵¹ Infolge von Industrialisierung, Zuwanderung und Entfaltung des Dienstleistungssektors stieg – ähnlich wie in Berlin – die Anzahl der Angestellten-berufe. Es sei an dieser Stelle betont, dass zeitgleich auch das kulturelle Leben New Yorks eine rasante Entwicklung verzeichnete.

Berlin wiederum brauchte ungefähr 50 Jahre, um sich von der Provinzstadt zu einer der modernsten Metropolen der Welt zu wandeln. Wie bereits gezeigt wurde, haben Presse und Werbung das Image des modernen Berlins zu einem beträchtlichen Teil mitgestaltet. Sie schufen in den 1920er-Jahren den *„Mythos Berlin“*²⁵², der sich in den folgenden Jahrzehnten verfestigte. Oftmals entsprach die Darstellung der Stadt in der Presse allerdings eher einem idealen als dem realen Abbild²⁵³, was viel über die Wunschvorstellungen der Zeitgenossen aussagt.

²⁵⁰ Fainstein, Norman I.: *Transformationen im industriellen New York: Politik, Gesellschaft und Ökonomie. 1880 - 1973*. In: Häußermann, Hartmut; Siebel, Walter (Hrsg.): *New York. Strukturen einer Metropole*. Suhrkamp Frankfurt am Main, 1993, S. 27.

²⁵¹ Ebenda, S. 35.

²⁵² Knödler-Bunte, Eberhard: *Mythos Berlin. Wahrnehmungsgeschichte einer industriellen Metropole*. In: Hickethier, Knut u. a.: a. a. O., S. 13.

²⁵³ Vgl. zum Thema Stadtdarstellung: Jäger, Christian; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Glänzender Asphalt. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik*. Und: Jäger, Christian; Schütz, Erhard:

Es ist auffällig und interessant zugleich, dass in einer Vielzahl von Texten Berlin als eine *amerikanische* Stadt dargestellt wird. Von der Jahrhundertwende bis zu der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg wurde Berlin am häufigsten mit Chicago verglichen. So behauptete Walther Rathenau 1902: „*Spreeathen ist tot, und Spreechikago wächst heran.*“²⁵⁴ Mark Twain bezeichnete Berlin wiederum als „*europäisches Chicago*“ und Thomas Mann sprach von der „*scharfen Luft der preußisch-amerikanischen Weltstadt*“²⁵⁵. Meine Untersuchung des Feuilletons im *Berliner Tageblatt* ergab, dass Chicago zwar auch in den 20er-Jahren für wichtig erachtet wurde, Vergleiche mit Berlin jedoch nicht mehr geläufig waren. Stattdessen begann man zu dieser Zeit Berlin vermehrt mit New York zu vergleichen.

„*Berlin and New York after 1870 experienced a kind of stimulation and growth different from that of other cities. Berlin and New York became creatures and creators of a new technology, the technology of a second industrial revolution and urban development. [...] the second industrial revolution that shaped the rapid development in New York and Berlin involved the new power sources of electricity and internal combustion; new materials such as steel, glass, and reinforced concrete; the development of intraurban and highway transportation; and the organization of massive systems of production and communication.*“²⁵⁶

1901 behauptete Stead, dass sich Amerikaner in Hamburg oder Berlin wie zu Hause fühlten, weil sie dort dieselbe eifrige Energie spürten wie in den USA. Dabei bezog er sich auf die rasante *Urbanisierung* der Städte um 1900.

„*There are no more Americanised cities in Europe than Hamburg and Berlin. They are American in the rapidity of their growth, American in their nervous energy, American in their quick appropriation of the facilities for rapid transport. Americans find themselves much more at home, notwithstanding the difference of language, in the feverish concentrated energy of the life of Hamburg and of Berlin than in the more staid and conservative cities of Liverpool and London.*“²⁵⁷

Ein weiterer Vergleich zwischen New York und Berlin stammt von dem New Yorker Henry F. Urban. Urban verbrachte einige Zeit in Berlin und veröffentlichte 1911 seine Beobachtungen in dem Buch *Die Entdeckung Berlins*²⁵⁸. Auf eine unterhaltende Weise beschreibt er das Berlin der 1910er-Jahre. Gleich am Anfang zitiert

Städtebilder zwischen Literatur und Journalismus: Wien, Berlin und das Feuilleton der Weimarer Republik. a. a. O.

²⁵⁴ Schutte, Jürgen; Sprengel, Peter: *Die Berliner Moderne, 1885 - 1914.* Philipp Reclam Jun. Stuttgart, 1987, S. 23.

²⁵⁵ Leiß, Ingo; Stadler, Hermann: *Deutsche Literaturgeschichte. Bd. 8: Wege in die Moderne. 1890 - 1918.* DTV München, 1997, S. 38.

²⁵⁶ Hughes, Thomas P.: a. a. O., S. 13. In diesem Band werden Berlin und New York auf ihrem Weg zu modernen Metropolen anhand verschiedener Aspekte untersucht, z. B. im Hinblick auf die industrielle, architektonische und kulturelle Entwicklung.

²⁵⁷ Stead, William Thomas: a. a. O., S. 67.

²⁵⁸ Urban, Henry F.: *Die Entdeckung Berlins.* Zentralantiquariat der DDR, Nationales Druckhaus Leipzig, 1986.

Urban den US-amerikanischen Schriftsteller George Ade, der Berlin 1908 mit Chicago verglich, und bekundet, dass er selbst die Hauptstadt mit New York zu vergleichen gedenkt und nach Gemeinsamkeiten und Unterschieden zwischen beiden Städten suchen will. Zwar gibt Urban zu, dass dies nicht einfach sei, doch kommt er zu folgendem Schluss:

*„Mit New York lässt sich Berlin schwerer vergleichen, weil New York eine Seestadt mit deren eigenartigen Zügen ist. Immerhin lassen sich genug Vergleiche ziehen. Jedenfalls ist Berlin ein gewaschenes, gestärktes und gebügeltes New York [...].“*²⁵⁹

3.5 Die Darstellung New Yorks und Berlins im Feuilleton des *Berliner Tageblatts* von 1918 bis 1933 im Vergleich

In den untersuchten Feuilletons wurden die US-amerikanischen Großstädte bevorzugt thematisiert, insbesondere New York; Schilderungen über andere Teile der USA gab es verhältnismäßig wenige. Besonders interessant sind die Berichte des berühmten Theaterkritikers Alfred Kerr, der das Land mehrmals besuchte und über seine Reisen in den Jahren 1922 und 1924 für das *Berliner Tageblatt* berichtete.²⁶⁰ Er zeigte sich begeistert von New York, das er als „die großartigste Stadt der Welt“²⁶¹ ansah. Er erkannte deren Einzigartigkeit und behauptete: „New York ist nicht Amerika, doch seine wichtigste Stadt.“²⁶²

Ähnlich könnte man die Stellung Berlins innerhalb der Weimarer Republik beschreiben. Beide Städte waren Entstehungsorte der modernen urbanen Kultur, die einerseits mit Begeisterung, aber von vielen auch mit Misstrauen aufgenommen wurde. Beide Städte wurden von Großstadtkritikern gerne als „Babel“ bezeichnet. Das Geldverdienen galt als der Lebenssinn der Amerikaner, und gerade in New York soll die Macht des Dollars besonders präsent gewesen sein: „New-York ist Babel. Hier ist der Turmbau, hier, neben dem Englischen, das babylonische

²⁵⁹ Ebenda, S. 3.

²⁶⁰ Kerr reiste vor dem ersten Weltkrieg, 1922 und 1924 nach Amerika. Er bereiste das ganze Land. In seinen Feuilletons zieht er Vergleiche zwischen Amerika vor und nach dem Ersten Weltkrieg und beschreibt auch die Veränderungen in der Beziehung zu Deutschland. Er berichtet über die amerikanische Lebensweise, Kultur, Menschen, Eigenarten. Ferner spricht er von Treffen mit Deutsch-Amerikanern.

²⁶¹ Kerr, Alfred: New-Yorker Eindrücke. Titanenfirma. a. a. O.

²⁶² Kerr, Alfred: New-Yorker Eindrücke. Adolph S. Ochs. In: BT, 2.6.1922, MA.

*Sprachgewirr. In diesem Babel ist es die größte aller Sünden, den Wettlauf zwischen Dollar und Ware nicht mitzumachen.*²⁶³

Jenseits der düsteren Babylon-Gleichnisse verbanden die Großstädte auch andere Aspekte. So wurden in den 1920er-Jahren beide als „*Elektropolis*“²⁶⁴ gepriesen. Die Elektrifizierung wurde zum Zeichen der Modernität. Die Abendlichter, die das Stadtbild prägten, bestanden aus bunten Reklametafeln und beleuchteten Auslagen; sie wurden zum charakteristischen Großstadtphänomen. So schwärmte Arnold Höllriegel 1928 vom nächtlichen Broadway:

*„Ein Canon aus Wolkenkratzern am Tage, eine Alpenschlucht aus Geschäftsgebäuden; jetzt in der Nacht schwindet vollends die Wirklichkeit [...] Kulissen aus Glas und Stahl und Stein und Nebel und Licht, aus dem Kosmos herabgehängt, [...]. Und Licht ist auf Licht gestickt, läuft über das Licht, tanzt, buntes Licht über weißes Licht [...].“*²⁶⁵

Die Lichtreklame, so typisch sie für die US-amerikanischen Städte längst war, war in Berlin bis in die 1920er-Jahre hinein kaum vorhanden. Die Belebung der Wirtschaft führte zu erhöhter Produktion, und diese wiederum verlangte nach einem größeren Absatzmarkt. Deshalb wurden ab Mitte der 20er-Jahre „*Leuchtwerbung und Reklameflüge endgültig zu Attraktionen großstädtischen Lebens* [...]“²⁶⁶ Schon 1921 schrieb Victor Auburtin diesbezüglich:

*„Man muß nämlich richtig verstehen, daß die Blicke des Menschen eine Energiequelle darstellen, die wirtschaftlich ausgenutzt werden wie das Gefälle eines Wasserfalls. An Stellen, auf die das Publikum häufig hinsieht, stellt man Tafeln auf, die diese Blicke auffangen, dann kauft das Publikum und fördert so die nationale Produktion.“*²⁶⁷

Auch das nächtliche Stadtbild Berlins begann die Lichtreklame zunehmend zu dominieren. Der Kurfürstendamm, die elegante Einkaufsstraße mit Cafés, vornehmen Etablissements und Kinopalästen, wirkte wie ein Magnet auf die Berliner und Berlin-Besucher. Nachts erleuchteten Auslagen und farbige Reklametafeln diese Flaniermeile, die das moderne Berlin repräsentierte. Tagsüber lockten die feinen Einkäufe und abends das Amüsement. Die „*Stadt der Lichter*“ erstrahlte vor allem hier Abend für Abend in heller Pracht.

²⁶³ Freeman, John: *New-Yorker Straßenreklamen*. In: *BT*, 21.9.1924, MA.

²⁶⁴ Vgl. Hughes, Thomas P.: a. a. O., S. 15.

²⁶⁵ Höllriegel, Arnold: *Du sollst dir kein Bildnis machen. Ein Roman aus Hollywood*. In: *BT*: 24.5.1928, MA.

²⁶⁶ Siebenhaar, Klaus; Wegmann, Thomas: *Berlin wirbt! Metropolenwerbung zwischen Verkehrsreklame und Stadtmarketing 1920 - 1995*. FAB Verlag Berlin, 1995, S. 10.

²⁶⁷ Auburtin, Viktor: *Reklame*. In: *BT*, 19.4.1921, MA.

„[...] Bewegung, Tempo, Buntheit. Effekt ist alles. [...] Jahrmarkt der Weltstadt ist draußen am Kaiserdamm. Theater von übermorgen [...]. Alles wirbt, schreit, blitzt: Hierher sehen! Grelle Farbe, wilder Rhythmus. Jazzbandstimmung. [...] Reklame! Reklame! Tempo! Tempo! – Effekt! Effekt! – Stehenbleiben! Schauen! Kaufen! [...] Berliner Tempo! Reklamentempo [...]“²⁶⁸

Dass es sich bei jenem bunten Licht um Reklame handelt, spiegelt das wahre Wesen der modernen Kultur wider, in der sich Zeitgeist mit Kommerz verbindet. Die Stadtbeleuchtung kann deshalb zu Recht als Indikator der Fortschrittlichkeit Berlins dienen. So sah es auch Amédée Ozenfant, der die Modernität der Stadt begeistert mit ihrer Elektrifizierung begründete:

„Also Berlin um Mitternacht. Paris, Stadt des Lichts? Nichts mehr davon, jammervoll! Berlin, Paradies der Elektrizität. [...] Wenig Neonlicht und Gas, dafür gewaltige faustische und mephistophelische Wunder: riesige Schnörkel preisen die hunderttausend Überflüssigkeiten der Zivilisation an, vom Auto bis zum Parfum. Lichtsäulen machen die Nacht sonnenhell; färben sogar die preußische Nacht blau-weiß-rot: liebenswürdige Zauberei der Wunderfee Elektrizität. [...] In Berlin nichts vom Himmel, alles künstlich, ich meine: Werk des Menschen; keine europäische Stadt ist großstädtischer.“²⁶⁹

Die *moderne* Großstadt kann als eine Fabrik betrachtet werden, die tagsüber produziert und nachts mit Hilfe der Reklame verkauft. Sie ist bei Tag und Nacht wach und vor allem immer geschäftig. Die Stadt ist das Produkt des *modernen* Menschen, der die Natur mit Technik, mit dem künstlichen Licht bezwungen hat. Die grelle Abendbeleuchtung dient als Metapher der modernen Industriegesellschaft, der die USA als Vorbild dienten.

3.5.1 Der Berliner Großstadtverkehr

„Aber die Geschwindigkeit massiert mir die Seele und gibt mir einen gewissen alkoholischen Schwung.“²⁷⁰

Das urbane Großstadtleben brachte Phänomene hervor, die die Großstadtswahrnehmung und das Verhalten der Großstadtbewohner prägten. Das *Tempo*, die Faszination für Bewegung und Schnelligkeit wurden zum Ausdruck des Zeitgeistes und die verdichtete Infrastruktur zum Kriterium für die Modernität einer Großstadt. Bezeugt wird dies von zahlreichen Feuilletons, die sich mit dem Großstadtverkehr

²⁶⁸ G. W.: *Reklame, Reklame, Reklame... Der Hexensabbat am Kaiserdamm. Die Reichsreklamenmesse*. In: *BT*, 28.4.1925, AA.

²⁶⁹ Ozenfant, Amédée: *Weekend Berlin*. In: *Querschnitt*, H. 5, 1931, S. 297.

²⁷⁰ Wetschek, J. L.: *Im Fordwagen*. In: *BT*, 27.8.1925, AA.

und seiner Entwicklung beschäftigten.²⁷¹ Der Bau neuer Straßen und die Einführung und Erweiterung günstiger öffentlicher Verkehrsmittel machten Berlin zu einer Stadt mit fortschrittlicher Infrastruktur. Wie wichtig die Verkehrsentwicklung für die Zeitgenossen war, bezeugt auch ein 1925 im *Berliner Tageblatt* erschienener Text, in dem der Großstadtverkehr beschrieben wird:

*„Die Straße spiegelt sich, putzt sich, der Asphalt glänzt wie eine Grammophonplatte, der Apparat der Straße ist aufgedreht: tausende Menschenstimmen, Autohupen, trabende Pferde, Klingeln, ratternde Motorräder, Elektrische, Wagenrollen; der Rhythmus bricht ab, setzt im doppelten Tempo wieder ein: Es dirigiert ein Polizist das Jazzbandorchester der Straße.“*²⁷²

Die neuen Verkehrsmittel und die asphaltierte Straße wurden zu Kennzeichen der modernen Urbanität, die später im Nationalsozialismus als „Asphalt-Kultur“²⁷³ verpönt wurde.

*„Das Asphalt, jenes schwarze bis bräunliche Gemisch aus Bitumen und Mineralien, ist eines der alltäglich erfahrbaren Indizien einer neuen Zeit, die in den Zwanziger Jahren der Moderne eine gesteigerte Wahrnehmbarkeit verlieh. Während draußen in den Provinzen noch Kopfsteinpflaster verbreitet sind, [...] glänzt in Berlin der Asphalt.“*²⁷⁴

Der Potsdamer Platz, an dem 1924 die erste Ampel in Betrieb genommen wurde, war der wichtigste Verkehrsknotenpunkt. Das lebendige Durcheinander von Automobilen, Omnibussen, Straßenbahnen und eilenden Passanten machten daraus weitaus mehr als ein Verkehrszentrum; sie erhoben den Platz zum Wahrzeichen des modernen Berlins. Die Berliner suchten nach Lösungen für die immer neu auftretenden Verkehrsprobleme, und New York diente dabei oft als Vorbild.²⁷⁵ Nachdem am Potsdamer Platz jene Ampel installiert wurde, bemerkte Fritz Zielesch 1925: *„Endlich haben wir den Signalturm und die Einbahnstraße nach New-Yorker Muster.“*²⁷⁶

Das Automobil wurde in den 20er-Jahren zum Attribut des modernen und flexiblen Menschen. Es war nicht nur ein einfaches Transportmittel, sondern ein Statussymbol und Zeichen eines neuen Lebensgefühls, bei dem Begriffe wie Freiheit und Un-

²⁷¹ Vgl. Hildenbrandt, Fred: *Zirkus Potsdamer Platz*. In: *BT*, 8.8.1924, AA. Und: Lauringer, Hans O.: *Berliner Verkehr*. In: *BT*, 11.11.1924, MA.

²⁷² Fanta, Theodor: *September*. In: *BT*, 18.9.1925, MA.

²⁷³ Jäger, Christian; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Glänzender Asphalt. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik*. Fannei & Walz Verlag Berlin, 1994, S. 340.

²⁷⁴ Ebenda, S. 338.

²⁷⁵ Anonym. *Viel Lärm um nichts*. a. a. O.

²⁷⁶ Zielesch, Fritz: *Humor der Amerikaner. Was aus dem Fernen Westen zu uns herüberkommt*. In: *BT*, 4.4.1925, MA.

abhängigkeit im Zentrum standen. Da es sich um einen Luxusartikel handelte, galt der Automobilbesitz in Deutschland als Maßstab für Wohlstand. Diesen Luxus zu erlangen, wurde vor allem für den neuen Mittelstand – die Angestellten – zum Ziel.

„Die Schicht, die wirklich fanatisch, maßlos und über ihre Kraft arbeitet, die schuld ist an der Statistik, dass in Berlin momentan noch mehr gearbeitet wird als in Amerika, – ist die mittlere. Natürlich, denn es ist die, die nach oben gelangen will, wo man das Auto hat, und die fürchten muss, nach unten gedrängt zu werden. [...] Feiertage ohne Auto – erholen, ausruhen – ohne Auto? Nein! Lieber durcharbeiten und dadurch die Wartezeit verkürzen.“²⁷⁷

In den USA war der Ford-Wagen so günstig, dass er im Prinzip für jedermann erschwinglich war, sogar für Arbeiter. Dies wurde als Ausdruck der wirtschaftlichen Überlegenheit und des US-amerikanischen Wohlstands gesehen, als Umstände, nach denen man sich selbst sehnte.

3.5.2 Die deutsche Hochhausdebatte – der Wolkenkratzer als Symbol der modernen amerikanischen Großstadt

Die deutsche Hochhausdebatte²⁷⁸ war ein weiterer wichtiger Bestandteil des *Amerikanisierungsdiskurses* der 20er-Jahre. Sie veranschaulicht das Streben Berlins nach dem Status einer *modernen* Weltstadt.

Die an der Debatte beteiligten Architekten plädierten für eine Einführung des Wolkenkratzers in Deutschland, weil sie sich davon eine Lösung der Wohnungsnot versprachen wie auch ihren Wunsch nach einem *neuen Bauen* darin erfüllt sahen. Berühmte Architekten wie Peter Behrens, Walter Gropius oder Mies van der Rohe diskutierten teilweise öffentlich – und mitunter auch im *Berliner Tageblatt* – über diese neue Bauweise und über die moderne Gestaltung Berlins. Die meisten Entwürfe, die 1922 beim Wettbewerb für die Gestaltung der Friedrichstraße eingereicht wurden, waren Hochhäuser, nach dem Vorbild US-amerikanischer Wolkenkratzer.

Den ersten prägenden Eindruck bei allen Besuchern New Yorks hinterließen die Freiheitsstatue und die Skyline von Manhattan. „Vorübergehend an der Freiheitsstatue und an dem panoramaartig an uns vorbeiziehenden Stadtbild mit seinen in

²⁷⁷ Kafka, Hans: *Automobile, Automobile ...! Querschnitt durch einen Freitag*. In: *BT*, 11.4.1928, MA.

²⁷⁸ Möhring, Bruno (Prof.): *Turmhäuser in Berlin*. In: *BT*, 27.3.1921, MA. Und: Stahl, Fritz: *Turmhaus Friedrichstraße. Die Ausstellung der Entwürfe*. In: *BT*, 5.2.1922, MA. Und: Landsberg, Max: *Für das Turmhaus*. In: *BT*, 29.3.1922, MA. Sowie: Anonym: *Bau des ersten City-Wolkenkratzers*. In: *BT*, 4.4.1928, AA.

der Sonne liegenden Wolkenkratzern ist der Dampfer am Morgen in die riesigen Hafenanlagen eingelaufen [...]“²⁷⁹, schrieb begeistert Franz Westermann über seine Ankunft in New York. Der Wolkenkratzer, dieses in den Himmel ragende Bauwerk war ein in Stein, Stahl und Glas graviertes Symbol der Macht und Stärke – und die Stadt New York repräsentierte beides. Der Wolkenkratzer wurde gleichzeitig zu einem beliebten Motiv in Kunst, Literatur und Werbung. Immer, wenn ein weltmännischer Charakter, Macht oder Erfolg dargestellt werden sollten, verwendete man den Wolkenkratzer als Gestaltungselement. Häufig tauchte er in Zeitungsreklame auf, sogar in Kaffeewerbung.

*„Die Begeisterung nahm in den folgenden Jahren solche Ausmaße an, daß viele Zeitgenossen sie als übersteigert und wirklichkeitsfremd empfanden und vom ‚Hochhausfieber‘, der ‚Turmhauserpidemie‘ oder gar dem ‚Schrei nach dem Turmhaus‘ sprachen. Das Hochhaus, vor dem Krieg im wesentlichen als ein interessantes amerikanisches Kuriosum, gelegentlich auch als Symbol eines menschenverachtenden Kapitalismus apostrophiert, schien plötzlich die Deutschen direkt anzugehen. Viele empfanden es nun als Symbol für den eigenen wirtschaftlichen Fortschritt, internationales Prestige und ein Ende von Wohnungsnot und Arbeitslosigkeit. Gleichzeitig etablierte sich das Motiv des Hochhauses in der Kunst und in vielen Bereichen der Alltagskultur der Weimarer Republik. Es tauchte in der Literatur, in Kinofilmen und Werbeanzeigen auf oder wurde als Kinderspielzeug vermarktet.“*²⁸⁰

Das neue Bauen, dem der Weg geebnet wurde durch namhafte Architekten wie Peter Behrens oder Hermann Muthesius, machte es sich zur Aufgabe, „moderne Bauten für moderne Menschen“²⁸¹ zu schaffen. Das Ziel dieser Architektur war es, Funktionalität und Schönheit zu verbinden, wofür neue Konzepte entwickelt und neue Materialien verwendet wurden.

*„Glas und Stahl – hart, glatt, nüchtern – sind die Materialien scheinloser gesellschaftlicher Transparenz. [...] Alles Stilisierende ist den Großstädtern der 20er Jahre unerträglich; sie fordern das Unauffällige, Anonyme, das sich an der massenweisen Gestaltung gleicher Gebrauchsgegenstände schult.“*²⁸²

So wurde beispielsweise bei der Raumplanung daran gedacht, dass eine völlig neue Konzeption und Ausstattung des Küchenraums die Haushaltsführung für Frauen erleichtern könne. Auch Junggeselle und Junggesellin, deren Anzahl stieg, wurden von den Architekten mit entsprechenden Wohnräumen bedacht. Trotz des

²⁷⁹ Vgl. Westermann, Franz: a. a. O., S. 17.

²⁸⁰ Neumann, Dietrich: „Die Wolkenkratzer kommen!“ *Deutsche Hochhäuser der Zwanziger Jahre. Debatte, Projekte, Bauten.* Friedrich Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft Braunschweig / Wiesbaden, 1995, S. 11.

²⁸¹ Nipperdey, Thomas: *Wie das Bürgertum die Moderne fand.* Reclam Berlin, 1998, S. 56.

²⁸² Smuda, Manfred: a. a. O., S. 76.

oft beklagten Wohnungsmangels²⁸³ verbesserte sich in den 1920er-Jahren die Situation auf dem Wohnungsmarkt, und *„Berlin wurde nach 1925 zu einem Zentrum des modernen Siedungsbaus, in dem Bauhausarchitekten Wohnungen für die lohnabhängigen Massen entwarfen.“*²⁸⁴

In der deutschen Diskussion um das Hochhaus gab es sowohl etliche Gegner wie auch Befürworter. Peter Behrens war überzeugt, dass Hochhäuser für Berlin unerlässlich seien, um seinen *Weltstadtcharakter* zum Ausdruck bringen zu können:

*„Wer Amerika kennt, weiß, dass das Hochhaus die allein zweckmäßige Bauart ist, die das Zentrum einer Weltstadt verlangt. Aus Gründen der Zweckmäßigkeit sollte man sich auch in Berlin schon längst zu dem durch das Hochhaus bestimmten Charakter der City, in der nicht der Kleinladen vorherrscht, sondern die Großorganisationen einschließt, entschlossen haben [...]. Ist Berlin eine Weltstadt, so sollte das nicht nur statistisch erwiesen werden können, sondern in seiner Gestalt zum Ausdruck kommen.“*²⁸⁵

Erich Mendelsohn wiederum sprach sich in derselben Diskussion dagegen aus, Berlin ganz und gar in eine Wolkenkratzerstadt zu verwandeln. Er plädierte für den Bau von Hochhäusern mit europäischen Ausmaßen und nur an manchen Orten.²⁸⁶

Dass sich Berlin beim Hochhausbau an US-amerikanischen Vorbildern orientierte, davon zeugte z. B. auch der geplante Bau des *„ersten City-Wolkenkratzers [...] Leipziger-Ecke-Friedrichstrasse“*. Dabei handelte es sich um *„ein riesiges, nach amerikanischem System eingerichtetes Geschäftsgebäude, ein für Berlin völlig neuartiges Turmhaus“*²⁸⁷ – das allerdings nicht gebaut wurde. Ein tatsächlich realisiertes Beispiel für die vom Turmhaus inspirierte Architektur stellte das 1929 eröffnete Kaufhaus Karstadt am Hermannplatz dar, das auch im Detail stark an einen US-amerikanischen Wolkenkratzer erinnerte. *„Wir haben den amerikanischen Traum verwirklicht‘, hieß es vollmundig in einem anlässlich der Einweihungsfeier herausgegebenen Handbuch über die Architektur des Baus.“*²⁸⁸

Die Gestaltung Berlins war eine besondere Herausforderung für Architekten, da sie architektonische Formen finden wollten, die den modernen Großstadtcharakter Ber-

²⁸³ Vgl. Tergit, Gabriele: *Auf Wohnungssuche in Berlin. Keine Hausung. Am 1. April waren es 165 000 Unbehaute*. In: *BT*, 1.5.1928, MA.

²⁸⁴ Häußermann, Hartmut: *Wohnen in Berlin. Die Entwicklung sozialräumlicher Strukturen*. In: Rytlewski, Ralf; Süß, Werner: a. a. O., S. 485.

²⁸⁵ Behrens, Peter: *In der Diskussion: Werden Wolkenkratzer werden? Die City muss in die Luft gehen*. In: *BT*, 25.9.1928, MA.

²⁸⁶ Mendelsohn, Erich: *In der Diskussion: Werden Wolkenkratzer werden? Die City muss in die Luft gehen*. In: *BT*, 25.9.1928, MA.

²⁸⁷ Anonym: *Bau des ersten City-Wolkenkratzers. Leipziger-Ecke-Friedrichstrasse. Das K. d. W. wird aufgestockt*. In: *BT*, 4.4.1928, AA.

²⁸⁸ McGee, Marc: *Berlin 1925 – 1946 – 2000*. Nicolaische Verlagsbuchhandlung Berlin, 2000, S. 183.

lins unterstreichen sollten. Gleichzeitig war es notwendig, der wachsenden Bevölkerung entsprechenden Wohnraum zur Verfügung zu stellen. Zwar wurde Berlin keine Wolkenkratzerstadt, doch diente sie als Experimentierfeld der modernen Architektur.

3.6 Berlin – das „New York Alt-Europas“

Berlin als eine *amerikanische* Stadt? Auf den ersten Blick mag dieser Zusammenhang nicht nachvollziehbar erscheinen. Wenn man aber berücksichtigt, dass der Begriff *amerikanisch* mit *modern* gleichgesetzt wurde, wird diese Behauptung überzeugender. Paul Westheim konstatiert:

*„Berlin ist keine ‚Kunststadt‘, aber ist eine lebendige Stadt, vielleicht die lebendigste auf dem europäischen Kontinent. Berlin hat eine Vitalität wie sonst nur die amerikanischen Wolkenkratzerstädte.“*²⁸⁹

Harold Nicolson formuliert es noch direkter: *„Berlin ist das New York Alt-Europas.“*²⁹⁰ Jener Vergleich von Berlin und New York fand auf mehreren Ebenen statt. New York galt als Vorbild der Stadtentwicklung, für das moderne Bauen und die Verkehrsregelung. Gern wurden aber auch die Lebensverhältnisse von New York und Berlin gegenübergestellt. So erschien beispielsweise 1928 in der Beilage des *Berliner Tageblatts* ein Text von Günther Stein, dem US-Wirtschaftskorrespondenten der Zeitung, mit der Überschrift *Was kostet das Leben in New-York?*²⁹¹. Stein verglich die Lebenshaltungskosten in New York und Berlin. Dabei berücksichtigte er die Ausgaben für Wohnungsmiete, Essen und Trinken, Dienstboten, Kleidung, Unterhalt eines Automobils, Krankheitsfälle und Freizeitaktivitäten. Die betroffenen Themen und diese Art des Vergleichens zwischen New York und Berlin waren in den Texten verbreitet und dokumentierten den Anspruch Berlins, sich selbst als eine Weltmetropole zu sehen.

Den *amerikanischen* Städten wurde Geschichtslosigkeit und Einförmigkeit im Vergleich zu den europäischen Städten vorgeworfen, was als Zeichen der jugendlichen US-amerikanischen Kultur gedeutet wurde. Diese Geschichtslosigkeit, d. h. die fehlende Kultur und Eigenart, soll auch der Grund für die Vergnügungssucht der US-Amerikaner gewesen sein, wie aus folgendem Vergleich hervorgeht:

²⁸⁹ Westheim, Paul: *Berlin, die Stadt der Künstler*. In: Günther, Herbert (Hrsg.): *Hier schreibt Berlin. Eine Anthologie*. Ullstein Berlin, 1989, S. 248.

²⁹⁰ Morand, Paul: *Berlin, das New-York Alt-Europas*. a. a. O., S. 332.

²⁹¹ Stein, Guenther: *Was kostet das Leben in New-York? Für Amerikaner und für Fremde. Manche Dinge sind nur ebenso teuer, manche sechs- oder achtmal so teuer wie in Berlin*. In: *BT*, 1.7.1928, MA.

„Eine europäische Stadt ist ein Stück Geschichte, den Bedürfnissen des heutigen Tages angepasst. Eine amerikanische Stadt ist fast immer gänzlich von heute. [...] Allen diesen Städten ist eine große pathetische Langweile gemeinsam und eine gewaltige Lust, ihr zu entgehen. Aber das Vergnügen, eine so wichtige Funktion wie das Essen und ebenso industrialisiert, ist reizlos wie das amerikanische Essen.“²⁹²

In diesem Sinne ist auch Berlin nicht in der Geschichte verankert und kann daher als *geschichtslos* betrachtet werden. Es ist eine Stadt die vorwärts schaut, niemals nostalgisch zurückblickt, und ständig im Werden ist. Richard Huelsenbeck bezeichnet es in seinem Feuilleton als „eine Bewegung ohne Mittelpunkt“.

„Diese Stadt, dieses brausende Verkehrszentrum, dieser prachtvoller Irrwitz von Lichtern, Motoren, Dynamos und Betonklötzen, diese großartige Mischung von Dieben, Kommerzienräten, Diplomaten, Hausbesitzern und Schrebergärtenanwärttern hat keine eigentliche Tradition. Sie zieht dich nicht in sich hinein wie Paris, sie nagelt dich nicht fest wie Moskau, sie frisst dich nicht auf wie New York und Shanghai. Berlin ist eine Bewegung ohne Mittelpunkt. [...] Da gibt es in New York die Clam showder, die berühmte Muschelsuppe, in Shanghai sind die Chinesen (immerhin noch sehenswert), in Paris haben dir Verlaine und Maupassant das Beispiel für Wochenendlieben gegeben. Und in Berlin [...]?“²⁹³

Wie bei Huelsenbeck herauszulesen ist, hat Berlin – im Gegensatz zu anderen bedeutenden Großstädten – keine typische Eigenheit vorzuweisen. Seiner Überzeugung nach würde das Flair New Yorks die Menschen förmlich auffressen. Berlin vermöge dies jedoch nicht, weil ihm das gewisse Etwas fehle, das eine Stadt einzigartig macht. Stellt aber nicht bei näherer Betrachtung gerade dies jenes Potential dar, das es ihm ermöglichte, in den 20er Jahren *die amerikanischste* Stadt Europas zu werden?

Huelsenbecks Zeitgenossen teilten eher selten seine Überzeugung, gerade im raschen Aufstieg Berlins zu einer *modernen* Großstadt schienen sie seine besondere Eigenart zu entdecken und gerade die Rasanz dieser Entwicklung kann als *amerikanisch* betrachtet werden.

„Als Parvenue vollzieht sie [die Stadt] den Aufstieg der Weltstadt in atemberaubendem Tempo. Diese exzessive Kompensation von Entwicklung in nur wenigen Jahrzehnten ist eine der Ursachen für Schnelligkeit und nervige Hektik, die für diese Stadt charakteristisch werden. [...] In der Rigidität und Radikalität allenfalls mit New York vergleichbar, geht Berlin bedenkenlos mit seiner eigenen Geschichte um und opfert sie einem schier rastlosem Fortschrittsglauben. Beinahe mit jeder Generation wechselt es sein Stadtbild aus, wobei der Traum einer glänzenden Metropole die ‚größte Mietskasernenstadt der Welt‘ (Werner Hegemann, 1930) gebiert.“²⁹⁴

²⁹² Höllriegel, Arnold: *Die amerikanische Normalstadt. Von Mainstreet zu Mainstreet*. BT, 2.9.1928, MA.

²⁹³ Huelsenbeck, Richard: *Berlin ... Endstation*. In: Günther, Herbert (Hrsg.): a. a. O., S. 325.

²⁹⁴ Schächte, Wolfgang: *Die unsichtbare Stadt*. In: Hickethier, Knut u. a.: a. a. O., S. 105.

Die *Amerikanisierung* – oder besser gesagt, der Wunsch nach einer solchen – betraf verschiedene Lebensbereiche, und auch der *amerikanische* Charakter Berlins machte sich auf vielfache Weise bemerkbar, beispielsweise in der Gastwirtschaft.²⁹⁵ Auch das Vergnügen passte sich dem *amerikanischen* Trend an; nicht nur das Kino oder die Revue boten *amerikanische* Unterhaltung, sogar der Lunapark wurde nach US-amerikanischem Vorbild gestaltet. Hans Kafka betrachtet diesen *Amerikanisierungsprozess* kritisch und hinterfragt seine Folgen: „*Ein Stück Amerika versuchsweise; es fragt sich, ob dafür ein Stück altes Europa eingetauscht werden musste – und welches.*“²⁹⁶

Hat Berlin wirklich etwas für seinen *amerikanischen* Charakter eintauschen müssen? Das, was als *Amerikanisierung* verstanden wurde, war eine *Urbanisierung* als Folge der *Modernisierung*. Kurt Tucholsky meint dazu spöttisch: „*Berlin vereint die Nachteile einer amerikanischen Großstadt mit denen einer deutschen Provinzstadt. Seine Vorzüge stehen im Baedeker.*“²⁹⁷ Doch diese Vorzüge wurden eben nicht nur vom Baedeker, sondern auch von der Presse, insbesondere im Feuilleton, und in der Literatur ausgiebig thematisiert. Lion Feuchtwanger mutmaßt in seiner Geschichte *Herr B. W. Smith besucht die Leipziger Straße*, wie einem Amerikaner die Stadt Berlin vorkommen muss: „*Herr Smith betrachtete zunehmend freundliche Häuser, Gesichter, Autos, Schaufenster, Leute. Er konstatierte, als guter Onkel, London sei eine Mischung von gestern und morgen, Paris sei von gestern, New York von morgen, Berlin sei von heute.*“²⁹⁸

Öfters wurde Berlin – ähnlich wie bei Feuchtwanger – zwar als moderne, sich aber noch im Stadium der Entwicklung befindende Metropole mit großem Zukunftspotential dargestellt. Dabei wurde die *Amerikanisierung* als Katalysator betrachtet, durch den die Stadt, die das moderne Dasein noch erprobt, reifen würde, bis sie zu einer *Weltstadt* mit ausgeprägter eigener Kultur wird. Auch hier könnte man eine Parallele zu den USA sehen, deren kulturelle Entwicklung erst im Werden war.

„*Es gibt nichts Schändlicheres und Entwicklungshemmenderes als die ewigen Lamentationen über die Amerikanisierung Europas. Die Kultur der Zukunft wird den Amerikanismus überwinden müssen, gewiß; aber auf Basis des Amerikanismus aus dem Amerikanismus heraus. Erst müssen wir Amerikaner werden, dann können wir wieder daran denken, ‚gute Europäer‘ zu werden. [...] Berlin verdient gerade darum die höchste Bewunderung, weil es seine Aufgabe als deutsche Reichshauptstadt so richtig erfaßt hat: die Aufgabe, ein Zentrum*

²⁹⁵ Anonym: *Amerikanismus durch den Magen. Schlankheitsbuffet am Kurfürstendamm*. In: *BT*, 7.2.1928, MA. Hier wird über Restaurants der amerikanischen Art in Berlin berichtet.

²⁹⁶ Kafka, Hans: *Lunapark. Ein Stück Amerika, versuchsweise ...* a. a. O.

²⁹⁷ Wrobel, Ignaz: *Berlin! Berlin!* In: *BT*, 21.7.1919, MA.

²⁹⁸ Feuchtwanger, Lion: *Herr B. Smith besichtigt die Leipziger Straße*. In: Günther, Herbert (Hrsg.): a. a. O., S. 73.

der modernen Zivilisation zu sein. [...] Berlin ist in den Flegeljahren einer kommenden Kultur, die wir noch nicht kennen, und die sich erst herausarbeiten muß.“²⁹⁹

Berlin war zwar eine europäische Großstadt, deren schnelle Entwicklung jedoch außerordentlich für europäische Verhältnisse und daher für die Zeitgenossen vermeintlich *amerikanisch*.

Amerikanisch war an Berlin alles, was *modern* war. *Modern* war all das, was die *Urbanisierung* mit sich brachte. Da die USA als Prototyp für den modernen Städtebau und die *Urbanisierung* galten, war eine Stadt, deren Entfaltung an die USA erinnerte, auch *amerikanisch*. Beeinflusst wurde diese Einschätzung sicher zudem durch den Umstand, dass die 1920er-Jahre immer noch Nachkriegsjahre waren, in denen sich das geschwundene Selbstbewusstsein der Deutschen erst allmählich wieder aufzubauen begann. In der Stilisierung Berlins zu einer *amerikanischen* Stadt manifestierten sich sowohl die Fortschrittlichkeit der Metropole als auch die zukunftsorientierten Wünsche der Deutschen im Bezug auf die eigene Entwicklung. Im folgenden Zitat wird Paris als die Stadt der Gegenwart, Berlin indes als die Stadt der Zukunft bezeichnet, die New Yorker Züge aufweist:

„[...] Paul Morand bezeichnet Berlin als ein mißglücktes New York. Wer weiß, ob nicht in zwanzig Jahren New York ein mißglücktes Berlin ist! Man mag sagen, was man will, Berlin ist europäisch. Paris ist noch die ideale Hauptstadt, aber man muß weiterkommen. Berlin bekommt jetzt etwas von Paris, etwas von New York. Reisen wird immer leichter, bald wird es ganz überflüssig sein: europäische Mimikry, später universelle.“³⁰⁰

Szenenwechsel: Fritz Langs *Metropolis*, von 1926. Die Kulisse in diesem Film, die eine utopische Großstadt der Zukunft darstellen soll, ist der Skyline von New York nachempfunden.³⁰¹ Dies verdeutlicht, wie stark die Vorstellung von der modernen Großstadt durch die US-amerikanische Wolkenkratzerstadt geprägt war. Da Berlin als die modernste Großstadt Europas betrachtet wurde und in diesem Sinne als *amerikanisch*, teile ich die Ansicht: „*Metropolis* war Sinnbild des Berlins der zwanziger Jahre.“³⁰²

Die Etikettierung Berlins als *amerikanische* Stadt gewann eine eigene Dynamik: Je öfter die Stadt so bezeichnet wurde, desto mehr bemühte man sich, diesem Image

²⁹⁹ Müller, Lothar: *Modernität, Nervosität und Sachlichkeit. Das Berlin der Jahrhundertwende als Hauptstadt der „neuen Zeit“*. In: Hickethier, Knut u. a.: a. a. O., S. 92.

³⁰⁰ Morand, Paul: *Berlin, das New-York Alt-Europas*. a. a. O., S. 332.

³⁰¹ Bletter, Rosemarie Haag: *Art Deco skyscrapers: Towers of modern Babel*. In: Hughes, Thomas P.: a. a. O., S. 332.

³⁰² Hickethier, Knut: *Kino Kino*. In: Hickethier, Knut u. a.: a. a. O., S. 144. Vgl. zum Thema Film auch: Erbe, Michael: a. a. O., S. 52 - 81.

auch gerecht zu werden. Davon zeugen nicht zuletzt die Hochhausdebatte oder die Einrichtung etlicher Restaurants und Clubs auf *amerikanische* Art.

Zwischen Berlin und New York bestand ein fruchtbarer Austausch. Die New-York-Besucher zeigten sich fasziniert von der Stadt und suchten, zurück in Deutschland, nach Parallelen in Berlin. Und nicht wenige entdeckten tatsächlich – wie beschrieben – das *Amerikanische* daran.

Die Geschichte der „*amerikanischsten aller europäischen Metropolen*“³⁰³ endete 1933. Wie sich die Metropole entwickelt hätte, wenn es das *Dritte Reich* nicht gegeben hätte, lässt sich nur mutmaßen. Vielleicht hätte die Zukunft ein „*Berlin-Manhattan*“ hervorgebracht, das die *europäischen* und *amerikanischen* Vorzüge vereint hätte?

*„The absolute, perfect city that can only be imagined but never built would be Berlin-Manhattan – a unity of contradiction, the living reconciliation of time and space, history and abstraction, proximity to death and mechanism, intimacy, and the intoxication of speed. Berlin-Manhattan would be the ideal center between the extremes Berlin and New York.“*³⁰⁴

3.7 Die „*Reichshauptstadt*“ Berlin im Feuilleton von 1933 bis 1938

Während der Weimarer Republik war Berlin eine Metropole auf dem Höhepunkt ihrer Entwicklung. Nach dem Machtwechsel im Jahr 1933 änderte sich die Atmosphäre. Viele von denen, die das kulturelle Leben der Stadt prägten, mussten die Stadt verlassen, andere konnten nicht mehr wirken wie bisher. Die Kultur, die Berlin in den 20er-Jahren erschaffen hatte, war derweil unerwünscht geworden. So erklärt 1933 der Berliner Polizeipräsident:

*„Die vergangenen Machthaber hatten nach ihrer ganzen geistigen Haltung jeden Sinn für die Tradition Berlins verloren. In einem westlerisch orientierten Fortschritt sah man seine Aufgabe darin, Berlin zu einer seelenlosen Weltmetropole zu machen.“*³⁰⁵

An Stelle der „*seelenlosen Metropole*“ nach ausländischem Vorbild sollte eine deutsche *Reichshauptstadt* entstehen. Man war bemüht, sich dessen zu entledigen, was an die Weimarer Republik erinnerte. Das Stadtbild Berlins wandelte

³⁰³ Siebenhaar, Klaus (Hrsg.): *Wilder, Billy. Der Prinz von Wales geht auf Urlaub. Berliner Reportagen, Feuilletons und Kritiken der zwanziger Jahre.*, a. a. O., S. 151.

³⁰⁴ Schreiber, Matthias: *Competition of the centers: A cultural and philosophical comparison.* In: Hughes, Thomas P.: a. a. O., S. 493.

³⁰⁵ Levetzov, A. D. von: *Konteradmiral, Polizeipräsident in Berlin: Das Gesicht der Stadt.* In: *BT*, 24.12.1933, SOA.

sich. 1933 wurde im *Berliner Tageblatt* der *neue* Charakter des Berliner Westen beschrieben:

*„Wer diese unsichtbare, oft so verhängnisvolle Macht am Werk gesehen hat, die am Kurfürstendamm Politik machte, die neue Kunstgesetze aufstellte, die mit Weltanschauungsware handelte, als ob es sich um Börsenartikel handle; wer das Schwüle, das Unheimliche, das Unkontrollierbare dieser Kaffeehäuser, Klubs und Zirkel in der Nähe erlebt und gefühlt hat, der atmet heute auf. Die Gehirnakrobatik ist weggewischt. [...] Der Schlachtenbummler auf der Walstatt eines überzüchteten Weltstadtlebens kommt heut im Berliner Westen nicht mehr auf seine Kosten.“*³⁰⁶

Jedoch wie vieles im *Dritten Reich* war auch die Politik bezüglich der Entwicklung Berlins ambivalent. Obwohl im Vordergrund die Aufgabe stand, aus Berlin eine würdige Hauptstadt des *Dritten Reiches* zu machen, war man durchaus daran interessiert, dass Berlin als eine offene und freundliche Stadt erscheinen möge, die ausländische Besucher anzieht. 1936 werden im *Berliner Tageblatt* Antworten einer Umfrage aus dem Archiv der Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr abgedruckt, in der thematisiert wurde, ob sich Berlin nach 1933 verändert hätte und inwiefern. Man findet – wie nicht anders zu erwarten – nur positive Wertungen.³⁰⁷ Die Tendenz zur Beschönigung der Tatsachen kritisiert auch der tschechische Journalist Bertý Ženatý:

*„Dem Journalisten entgeht nicht die Tendenz der heutigen Reichspresse: unter allen Umständen optimistisch schreiben, Kritik vermeiden. Und so viel Raum wie nur möglich den Feiern, Massenkundgebungen und -veranstaltungen geben.“*³⁰⁸

Bertý Ženatý liefert in seinem Text, der 1933 in der tschechischen Zeitung *Lidové noviny* abgedruckt wurde, eine andere Berlin-Beschreibung als die *Reichspresse*. Er fand die Stadt weniger belebt. Interessant ist ein paradoxes Bild, das sich ihm geboten hatte: Eine Freiheitsstatue schmückte die Auslage einer Reiseagentur. Wahrhaftig war dies zu jener Zeit ein in sich widersprüchliches Bild mit einer kontroversen Aussage.

„In Berlin geht es nicht mehr so lebendig zu wie früher. Auch die Automobile fahren seltener. An den Amtsgebäuden weht eine Fahne mit Hakenkreuz. Nur in der Auslage der Red-Star-Line wartet eine Überraschung auf einen. Dort steht ein zwei Meter großes Bild der Freiheitsstatue. Es ist auch abends intensiv beleuchtet. Ein Symbol der Demokratie! Hier

³⁰⁶ Brodbeck, Albert: *Westen: Die neuen Lichter*. In: *BT*, 24.12.1933.

³⁰⁷ H. L.: *„Berlin is a friendly city!“ Ausländische Urteile über die neue Reichshauptstadt*. In: *BT*, 26.1.1936.

³⁰⁸ Ženatý, Bertý: *V dnešním Německu*. In: *Lidové noviny (LN)*, 17.6.1933, MA. Übersetzung der Verfasserin, Originalfassung: *„Žurnalistovi neujde tendence dnešních řískoněmeckých novin: za každých okolností psát optimisticky, vyhýbat se kritice. Dát co nejvíce místa oslavám, hromadným projevům a průvodům.“*

*Unter den Linden hebt sich dieses Bild der Statue of Liberty heutzutage anders hervor als früher. Eigentlich würde es in Schutzhaft gehören.*³⁰⁹

Diese Beschreibung macht deutlich, dass die Beziehung der Nationalsozialisten zu Amerika nicht so eindeutig war, wie man vermuten würde. Die USA galten zwar weiterhin als Beispiel für technologischen und wirtschaftlichen Erfolg, doch die urbane *amerikanische* Kultur repräsentierte genau das, was man exemplarisch in Berlin beseitigen wollte. Nichtsdestotrotz faszinierten Amerika und die amerikanische Großstadt die Deutschen nach wie vor, und die USA blieben ein begehrtes Reiseziel. Die Tatsache, dass zu jener Zeit die Freiheitsstatue, das Symbol für Freiheit und Demokratie schlechthin, in einer Auslage hell erleuchtet war, ist widersprüchlich, aber unter Beachtung dieser Tatsachen nicht verwunderlich.

Das politische Ziel der Nationalsozialisten bestand darin, aus Berlin eine *würdige* Reichshauptstadt, eine Aushängeschild des *Dritten Reiches* zu schaffen. Berlin sollte zwar international anerkannt werden, aber seinen Metropolencharakter der 20er-Jahre nicht beibehalten. Interessant ist, dass es trotzdem Stimmen gab, die diesen Umstand beklagten, wie zum Beispiel Hans Testrup 1936:

*„Aber Berlin? Beklagenswerte Hauptstadt! Während Paris, London, New-York, Rom den epischen Bienen ihrer Nation wie riesige, unerschöpfliche Blumenbeete erschienen, während dank ihrer honigsaugenden Tätigkeit jedem deutschen Schusterjungen Boulevards, Broadway, Fünfte Avenue, City und Trafalgar Square höchst filmplastische Vokabeln bedeuten, – fehlt es Berlin nahezu gänzlich an einer großen epischen oder dramatischen Resonanz, deren Echo die Reichsgrenzen überschreitet.“*³¹⁰

Testrup bezeichnet Berlin zwar als eine „Weltstadt“, der aber mangelt es – im Vergleich zu anderen solchen – an etlichen Qualitäten. So konstatiert er das Fehlen einer repräsentativen Flaniermeile, wo die Menschen „*bummeln*“ würden, und fordert die Pflege des Kurfürstendamms. Seine Schilderungen illustrieren detailliert, dass Berlin den weltstädtischen Charakter, mit dem man sich rühmte, nach 1933 mindestens in Teilen eingebüßt hatte. Bemerkenswert ist dabei zudem, dass Testrup Berlin auch mit New York vergleicht, das er als Vorbild betrachtet. Dieser

³⁰⁹ Ebenda. Übersetzung der Verfasserin, Originalfassung: „*V Berlíně není tak živo, jak bývalo dříve. Aut osobních jezdí méně. Na úředních budovách vlaje prapor s hákovým křížem. Jenom ve výkladní skříni Red Star Line čeká člověka překvapení. Je tam dva metry vysoký obraz Sochy Svobody. Je i za večera intenzivně osvětlen. Symbol demokracie! Zde Unter den Linden se tento obraz Statue of liberty vyjímá za dnešních poměrů jinak, nežli dříve. Patřil by vlastně do Schutzhaftu.*“

³¹⁰ Testrup, Hans: *Berlin, Kurfürstendamm. Bekenntnis zu einer „Straßenpersönlichkeit“*. In: *BT*, 16.7.1936, MA.

Punkt lässt einmal mehr die Ambivalenz³¹¹ des *Dritten Reichs* in der Beziehung zu Amerika deutlich werden.

3.8 Das Bild New Yorks im Feuilleton von 1933 bis 1938

An den Beschreibungen New Yorks ändert sich im Vergleich zu den Darstellungen während der Weimarer Republik – auch nach 1933 im Prinzip nichts. Es wird dabei weiterhin mit Ehrfurcht und Bewunderung von einer aufregenden Weltstadt gesprochen. Nach wie vor standen New York und andere US-amerikanische Großstädte für das *wahre Amerika*. Auf diese europäische Betrachtungsweise verweist 1935 beispielsweise Paul Fechter:

*„Wenn der Europäer Amerika denkt, so denkt er zuerst an die Städte. Die Vorstellung New Yorks mit Wolkenkratzern und Straßenschluchten, die steinern baumlose Welt der großen Siedlungen und der Massen, der Hochbahnen und des ewigen Lärms beherrscht trotz des Lederstrumpfs heute die Vorstellung. Amerika hat sich als meist beschriebene Eingangsvision des Landes in den Vordergrund geschoben. Filme wie Fritz Langs Metropolis haben in der gleichen Richtung gewirkt; Schilderungen wie die der oft von der Literatur benutzten Schlachthäuser Chicagos haben sich unvermerkt eingefügt, also daß der innere Raum des Begriffes Amerika für den Europäer sich ganz von selbst mit Städtischem, mit Hochhäusern und anderen Gebilden angefüllt hat, von denen jedes noch dazu den Anspruch erhob, das jeweils größte Exemplar auf seinem Gebiet zu sein.“*³¹²

Auch nach 1933 wurde in den Zeitungen und Zeitschriften die Hamburg-Amerika-Linie beworben, eine Reederei, deren Passagierschiffe seit dem 19. Jahrhundert etliche Auswanderer in die USA brachten. In den 1930er-Jahren schließlich sei Amerika zu einem beliebten Ferienziel geworden, denn *„die U.S.A. – zu unserer Eltern Zeiten noch ein ferner Wunsch, der nur Wenigen erfüllt wurde, – [sind] heute auf deutschen Schiffen in den nahen Bereich einer Ferienreise gerückt.“*³¹³ So wird beispielsweise 1936 in einem Werbeartikel für eine New-York-Reise³¹⁴ im *Berliner Tageblatt* die Stadt als atemberaubendes „Zentrum der Neuen Welt“ gepriesen und dem Leser als Reiseziel schmackhaft gemacht. 1938 heißt es zwar, New York sei *„[e]in Dämon, ein Vamp unter den Städten. [...] New-York hasst oder liebt man in einem.“*³¹⁵ Dennoch entschied sich Elli Tschauner, die Autorin, eindeutig für das „Lieben“. Auch in einem weiteren Reisebericht wird von der Ankunft in der US-

³¹¹ Vgl. Gassert, Philipp: *Amerika im Dritten Reich. Ideologie, Propaganda und Volksmeinung 1933 - 1945*. Franz Steiner Verlag Stuttgart, 1997. Gassert untersucht die Beziehung zu den USA im Dritten Reich und das deutsche Amerikabild während dieser Zeit.

³¹² Fechter, Paul: *Welt mit anderen Maßen*. a. a. O., S. 6.

³¹³ Ebenda.

³¹⁴ Vgl. Milau, Gerhard Ludwig: *Ferien am Broadway. Mit deutschen Schiffen nach Nordamerika*. In: *BT*, 7.2.1936, MA.

³¹⁵ Tschauner, Ellie: *Hypnose einer Nacht. Begegnung mit New-York*. In: *BT*, 8.7.1938.

amerikanischen Metropole geschwärmt: „[...] *Die Freiheitsstatue, angefunkelt von der Sonne, blitzt Einem freundliches Willkommen entgegen. Dort schwimmen sie endlich heran, die Brücken, die Türme, die Wolkenkratzer von New York.*“³¹⁶

Aber es gab auch Stimmen, die sich differenzierter mit dem Faszinosum New York auseinandersetzten. Z. B. wurde in einer anderen Schilderung der Mythos von der Stadt als Werbekonstrukt entlarvt:

„*New -York! Wolkenkratzer. [...] Maschinen, die in einer Stunde 350 000 Zeitungen aus der Pistole schießen, Gerichtsverhandlungen, Gesellschaftsskandale, Schiffsrekorde, Krieg, Kino, Kino und wieder Kino und andere Kinos. [...] Die Scheibenwischer klappern an der Windschutzscheibe, die Stadt zerfließt zu einer Reklamevision.*“³¹⁷

Die ambivalente Einstellung des *Dritten Reichs* Amerika gegenüber wird in den Texten des *Berliner Tageblatts* besonders deutlich. Die emphatische Darstellung New Yorks hebt sich davon deutlich ab.

Als Beispiel für dieses widersprüchliche Verhältnis zu den USA kann auch der Amerika-Besuch des Oberbürgermeisters von Stuttgart im Jahre 1936 dienen. Jener Oberbürgermeister interessierte sich in New York z. B. besonders für die „*Judenfrage*“ und stellte an anderer Stelle zufrieden fest, dass er in Chicago „*besonders herzlich*“ empfangen wurde. Da von 125 Millionen US-Amerikanern etwa ein Fünftel in irgendeiner Weise deutsche Vorfahren hätten, wären die meisten allmählich für das „*neue Deutschland*“ zu gewinnen, beteuerte er im Sinne der national-sozialistischen Ideologie.³¹⁸ Die Behauptung, dass der amerikanische Fortschritt im Grunde den deutschstämmigen Amerikanern zu verdanken sei, ermöglichte – zusammen mit einer getrennten Wahrnehmung der US-amerikanischen Kultur und Politik – die Bewunderung der amerikanischen technologischen und wirtschaftlichen Prozesse in den Jahren 1933 bis 1938. Das gespaltene Verhältnis des *Dritten Reichs* gegenüber Amerika konnte dadurch allerdings nicht aufgehoben werden. Einerseits war es eben wirtschaftliches Vorbild und Partner, andererseits blieb es die Geburtsstätte einer „*entarteten*“ Kultur, die man ablehnte.

Dem imaginierten New York indes (denn die meisten kannten es allein aus Film, Presse und Literatur) begegnete man weiter mit der gleichen Faszination wie in den Jahren zuvor.

³¹⁶ Illing, Gerte: *Die Reise nach Amerika*. In: *Die Dame*, Jg. 65, H. 11, (Mai) 1938, S. 63.

³¹⁷ Hagen, Anneliese von: *We are feeling like a million*. In: *BT*, 13.12.1938.

³¹⁸ Anonym: *Ein Schwabe kam aus USA. Stuttgarts Oberbürgermeister am Vortragspult. Erste und heitere Erlebnisse*. In: *BT*, 15.11.1936.

3.9 Berlin – eine Weltstadt?

Berlin war nach 1920 nicht nur eine moderne Großstadt, sondern die drittgrößte Stadt der Welt. Doch war Berlin eine Weltstadt? Welche Kriterien müssen erfüllt sein, um dieser Bezeichnung gerecht zu werden? Michael Erbe behauptet: *„Der Begriff ‚Weltstadt‘ ist eine typisch deutsche Prägung. In den bedeutenden europäischen Sprachen kommt dieses Wort so nicht vor [...]“*³¹⁹ Laut Erbe zeichnet sich eine Weltstadt neben der Größe vor allem durch ihren kosmopolitischen Charakter aus. Wie international war also Berlin? Die Anzahl der in Berlin lebenden Ausländer zumindest war in den 20er-Jahren nicht annähernd so hoch wie in London oder Paris. Doch maßgebend für den Weltstadtcharakter war, dass die Stadt führend war in vielen Bereichen des wissenschaftlichen und kulturellen Lebens. Der Anspruch nach dem Weltstadtstatus schien eine Art Prestige nicht nur für Berlin, sondern für die gesamte Weimarer Republik zu verheißen. Wie wichtig dieses Thema war, bezeugt die zeitgenössische Diskussion im Feuilleton. So wurde die Frage nach das Weltstädtische an Berlin beispielsweise 1928 im *Berliner Tageblatt* erörtert:

*„Ist Berlin eine internationale Stadt? Legt man als Maßstab für den kosmopolitischen Charakter einer Stadt die Zahl der dort vorübergehend oder dauernd lebenden Ausländer zugrunde, so wird Berlin bei weitem von Paris, London und New York übertroffen. Dieser Maßstab ist ein ungenügender Gradmesser. Z. B. können wissenschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Institutionen die internationale Rangordnung einer Stadt beeinflussen. Und urteilt man nach diesen Gesichtspunkten, so reiht sich Berlin gleichberechtigt unter die ersten Weltstädte.“*³²⁰

Der Selbstwahrnehmung Berlins als Weltstadt folgte freilich auch die Selbstinszenierung als solche. Die Stadt wurde zum Werbeprodukt. *„Das Ausstellungs-, Messe- und Fremdenverkehrs-Amt unternahm 1927 den ersten ernstzunehmenden Versuch, in einer umfangreichen Kampagne die Stadt Berlin konsequent und kohärent als Produkt zu vermarkten.“*³²¹ Und auch das Feuilleton unterstützte diese Kampagne tatkräftig.

„Der Weltreklamekongress 1929 gab einer inzwischen weitgehend nobilitierten Branche umfassend Gelegenheit zur Selbstdarstellung, um so ganz nebenbei zu zeigen, dass Reklame untrennbar mit den großen Städten verbunden ist. Untermauert wurde das in Sonderbeilagen der großen Zeitungen, etwa des Berliner Tagblatts, in denen sich namhafte

³¹⁹ Erbe, Michael: a. a. O., S. 52.

³²⁰ P. M-g.: *Zweitgrößte Stadt der Welt ist: Das moderne Berlin. Die amerikanische Entwicklung der Vororte – Citybildung. Berlin eine internationale Stadt?* In: *BT*, 23.10.1928, MA.

³²¹ Siebenhaar, Klaus; Wegmann, Thomas: a. a. O., S. 13.

Autoren wie Alfred Döblin, Marieluise Fleißer oder Ödon von Horváth ausführlich mit der Reklame beschäftigt.³²²

Mit Slogans wie „Jeder einmal in Berlin“ oder „Germany wants to see you“ sollten Touristen zu einem Berlin-Besuch animiert werden. Diese Kampagnen zeigten sich als effizient, denn es gelang, die Anzahl der ausländischen Gäste zu erhöhen. Der Feuilletonist Peter Bamm bemerkte 1930 diesbezüglich pointiert: „Jeder einmal in Berlin. Dann haben wir auf alle Fälle eine schwere Menge Geld verdient.“³²³ Mit der Werbung für das Produkt *Berlin* wurde gleichzeitig das Image von der *Weltstadt* heraufbeschworen.

Die Problematik bei der Definition einer Weltstadt besteht meiner Auffassung nach auch darin zu klären, ob eine Weltstadt neben dem kosmopolitischen Charakter eine einzigartige Eigenart haben sollte, die sie auf Anhieb identifizierbar macht, und, wenn ja, wie stark diese Eigenart ausgeprägt sein darf, damit wiederum der offene Charakter bewahrt bleibt. Das heutige Verständnis von einer Weltstadt impliziert eine hochindustrialisierte, mit allen modernen Errungenschaften ausgestattete und mittels modernster drahtloser Kommunikationswege verbundene Metropole; dabei spielt es keine Rolle, auf welchem Kontinent sich diese befindet oder welche kulturelle Eigenarten sie hat. Die Vorstellung einer Weltstadt in den 1920er-Jahren aber schien auch nach einer besonderen Eigenart zu verlangen. Hans Kafka schreibt in seinem Feuilleton, in dem er sich mit dieser Problematik beschäftigt, dass gerade das typisch *Berlinische* die Stadt daran hindern würde, weltstädtisch zu sein:

„Berlin – nun ja, so oft und gern man die Worte ‚Weltstadt‘ und ‚international‘ auch verwendet – eins ist sicher: würde man im Schlaf hierher versetzt, sähe man sich, erwachend, nur sekundenlang um, man wüsste doch sofort, dass, man in keiner anderen Weltstadt sei, nicht in Chicago, und schon gar nicht in München [...]“³²⁴

Obwohl sich Berlin – gemessen am kosmopolitischen Charakter – mit Paris oder London nicht vergleichen konnte, war es eine der modernsten Metropolen von internationalem Rang und in diesem Sinne eine *Weltstadt*. „In den zwanziger Jahren wurde Berlin zu einem geistigen, wissenschaftlichen und kulturellen Zentrum, mit

³²² Ebenda, S. 16.

³²³ Bamm, Peter: *Jeder einmal in Berlin*. In: *die neue linie*. Jg. II, Heft 1, (September) 1930, S. 18.

³²⁴ Kafka, Hans: *Die Stadt und die Welt. Gang durch ein großes Hotel*. In: *BT*, 1.5.1928, MA.

*dessen internationaler Bedeutung sich in diesem Jahrzehnt keine andere Weltstadt messen konnte.*³²⁵

Die vorliegende Feuilletonanalyse legt dar, dass zwischen der Selbstinszenierung und Fremdwahrnehmung Berlins eine Wechselbeziehung bestand. Einerseits stilisierte sich Berlin selbst als *amerikanische* Stadt und als *Weltstadt*, andererseits wurde es tatsächlich von außen als solche wahrgenommen (vgl. 7. Kapitel). Europa und Amerika verbindet die Tatsache, dass auf beiden Kontinenten die Moderne im Großstadtraum ihren Ausgangspunkt nahm. Es waren die Großstädte, die als Zentren der modernen urbanen Kultur galten. Gleichzeitig wurde deutlich, dass der Ursprung der *modernen* Kultur nicht allein in den USA lag. Es war der *Modernisierungsprozess*, der den historischen Gesellschafts- und Kulturwandel bedingte, der in Europa zur Herausbildung der modernen Industriekultur führte. Davon zeugt auch der Umstand, dass in Amerika das *Europäische* ebenso als modern galt wie in Europa das *Amerikanische*, wie an den Beispielen des *europäischen* New York und des *amerikanischen* Berlin beobachtet werden konnte.

³²⁵ Engelmann, Bert: *Berlin. Eine Stadt wie keine andere*. Bertelsmann Verlag München, 1986, S. 233.

4 Die *Neue Frau* im deutschen Feuilleton als Innbegriff der Modernität der Weimarer Republik

Die Großstadt bot ideale Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung, sowohl durch Bildung, Arbeit wie auch in der Freizeitgestaltung, und in der Großstadt vollzog sich der Wandel des Weiblichkeits- und Männlichkeitsideals. Es ist evident, dass gerade hier das *traditionelle* Frauenbild des 19. Jahrhunderts überwunden wurde und ein neues entstand. Der Prototyp der *modernen* Weiblichkeit in den 1920er-Jahren war eine urbane Erscheinung, die gern als die *Neue Frau* bezeichnet wurde und durch ihre mediale Verbreitung eine dermaßen große Popularität erlangte, dass sie zum „Alltagsmythos“³²⁶ wurde.

Frauen waren keineswegs nur Medienobjekte, sondern nunmehr selbst Medienkonsumentinnen, die von Presse und Kino mit modernen Lebensentwürfen und Moden geradezu überschüttet wurden. Die *Neue Frau* war weitaus mehr als nur ein populäres Modephänomen, denn sie brachte den radikalen Wandel, der durch den *Modernisierungsprozess* ausgelöst worden war, innerhalb der deutschen Gesellschaft am stärksten zum Ausdruck. Deshalb war es gerade die *Neue Frau*, die zum „Innbegriff der Weimarer Modernität“³²⁷ wurde.

Das 4. Kapitel wird die charakteristischen Merkmale dieses Phänomens herausarbeiten und dabei unterstützt durch eine Analyse der Zeitschriften *Die Dame* und *die neue linie*, aus denen die meisten der nachfolgenden Zitate stammen. (Partiell wird auch das *Berliner Tageblatt* einbezogen.)

Die Auseinandersetzung mit jenem urbanen Frauentypus war Bestandteil des Diskurses über die *Modernisierung* und *Amerikanisierung*, also eines Gesellschaftsdiskurses, der alle Lebensbereiche erfasste. Daher lautet meine These, dass die urbanen Weiblichkeitskonstruktionen in der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen die Auseinandersetzung mit der *Modernisierung* widerspiegeln. Gleichzeitig bildet diese These die Grundlage für den Vergleich mit den Darstellungen der *modernen* Frau im tschechischen Feuilleton (vgl. 8. Kapitel).

³²⁶ Sykora, Katharina: *Die Neue Frau. Ein Alltagsmythos der Zwanziger Jahre*. In: Sykora, Katharina (Hrsg.): a. a. O., S. 14.

³²⁷ Frevert, Ute: *Kunstseidener Glanz. Weibliche Angestellte*. In: Schmidt, Maruta; Soden, Kristine von (Hrsg.): *Neue Frauen. Die Zwanziger Jahre. BilderLeseBuch*. Elefanten Press Berlin, 1988, S. 25.

4.1 Neue Möglichkeiten, neue Wege – die Großstadt als Zentrum der Frauenemanzipation

„Denn der Nährboden [...] ist die Metropole. Wer nach der Rolle der Weiblichkeit in der Metropole fragt, der fragt daher immer auch nach der Rolle der Weiblichkeit in der Moderne.“³²⁸

Eine unbestreitbare Tatsache ist, dass sich die Lage der Frauen während und vor allem nach dem Ersten Weltkrieg in Europa grundlegend veränderte. Der Erste Weltkrieg und seine Folgen, der Mangel an männlichen Arbeitskräften, der Frauenüberschuss³²⁹ und die Entstehung der Republik, deren Verfassung die Gleichstellung der Geschlechter verankerte, waren grundlegende gesellschaftliche Veränderungen, die zur Emanzipation der Frau führten. Die Frauen konnten sich aus dem Korsett befreien, das ihren Körper – aber auch ihren Geist – durch traditionelle Verhaltensregeln und -muster jahrhundertlang einschnürte. Die Großstadt spielte eine entscheidende Rolle bei diesem Prozess, denn sie war der ideale Ort, der den notwendigen Freiraum sowie die Möglichkeiten (Studium, Erwerbstätigkeit etc.) bot, um den Frauen ein selbstständiges und unabhängiges Leben zu ermöglichen. Hier änderte sich ihr Selbstverständnis, hier konnten sie die alten Verhaltensmuster ablegen und neue entwickeln. Unbestreitbar ist darüber hinaus, dass *„[d]ie Faszination an der großen Stadt [...] die Geschichte der Frauen und der modernen Weiblichkeitsbilder [durchzieht]“³³⁰*. Die veränderte gesellschaftliche Rolle der Frau führte zu einem Wandel der Geschlechterverhältnisse, der eine Neudefinition der Begriffe *feminin* und *maskulin* erforderlich machte.

Die Stadt als Zentrum der Frauenbewegung

Bereits im 19. Jahrhundert bildete sich in den urbanen Zentren die deutsche bürgerliche Frauenbewegung heraus. Deren Gründerin Louise Otto-Peters forderte 1843: *„Die Teilnahme der Frauen an den Interessen des Staates ist nicht ein Recht, sondern eine Pflicht.“³³¹* Die organisierte Frauenbewegung, die für Frauen das

³²⁸ Müller-Bach, Inka: *„Weibliche Kultur“ und „stahlhartes Gehäuse“*. Zur Thematisierung des Geschlechterverhältnisses in den Soziologien Georg Simmels und Max Webers. In: Anselm, Sigrun; Beck, Barbara (Hrsg.): *Triumph und Scheitern in der Metropole. Zur Rolle der Weiblichkeit in der Geschichte Berlins*. Dietrich Reimer Verlag Berlin, 1987, S. 115.

³²⁹ Vgl. Peukert, Detlev J. K.: a. a. O., S. 92.

³³⁰ Anselm, Sigrun; Beck Barbara: *Vorwort*. In: Anselm, Sigrun; Beck, Barbara (Hrsg.): a. a. O., S. 7.

³³¹ Nave-Herz, Rosemarie: *Die Geschichte der Frauenbewegung in Deutschland*. Bundeszentrale für politische Bildung Bonn, 1997, S.11.

Recht auf Bildung und Arbeit forderte, entstand allerdings erst 1865. Ihr Ziel war es, den Frauen zu Mündigkeit und Selbstständigkeit zu verhelfen.

Im 19. Jahrhundert waren Frauen aus den niederen Gesellschaftsschichten meist als Arbeiterinnen oder Dienstpersonal tätig. Den bürgerlichen Frauen blieb der Weg ins Berufsleben verschlossen. Deshalb strebten sie eine Ehe an, die ihre „*Versorgungsinstitution*“³³² darstellte. Doch auch die sich verschlechternde wirtschaftliche Lage wie auch der technische Fortschritt führten zu einer Veränderung des bürgerlichen Haushaltes. Für die Töchter aus dem verarmten Mittelstand wurde es zur Notwendigkeit, eine Berufsausbildung zu erkämpfen, um den Broterwerb selbstständig bestreiten zu können. Ab Mitte des 19. Jahrhunderts wurde bürgerlichen Frauen ermöglicht, eine Lehrtätigkeit zu ergreifen. Dies macht verständlich, weshalb die ersten Vertreterinnen der organisierten Frauenbewegung der bürgerlichen Mittel- und Oberschicht entstammten.

1865 wurde der *Allgemeine Deutsche Frauenverein* gegründet. Er befasste sich mit Themen wie Recht auf Arbeit, Mutterschutz, Chancengleichheit im Beruf und gleicher Entlohnung. Des Weiteren stand die Bildungsfrage im Vordergrund der bürgerlichen Frauenbewegung. Um den Frauen Zugang zu Bildung zu ermöglichen, wurden literarische, historische oder naturkundliche Vortragsabende organisiert, zu denen auch Arbeiterinnen eingeladen wurden. In Berlin und anderen deutschen Städten wurden Frauenerwerbsvereine gegründet. Für die meisten dieser Vereine war das Wahlrecht nur ein Fernziel, und man beschränkte sich in erster Linie darauf, das Arbeitsrecht zu erkämpfen. Als eine Ausnahme kann die 1895 gegründete Berliner Frauenrechtsbewegung gelten, die sich dem Kampf für das Wahlrecht von Frauen verschrieb. 1894 wurde eine Dachorganisation der *Bund Deutscher Frauenvereine* konstituiert, nach dem Vorbild des 1888 in Amerika gegründeten *International Council of Women*³³³.

Die bürgerliche Frauenbewegung war von Anfang an *feministisch*, da sie Forderungen der Frauen durch Frauen erkämpfen ließ. Die proletarische Frauenbewegung hingegen war ein Bestandteil der sozialistischen Arbeiterbewegung. Letztere förderte das Bewusstsein dafür, dass die Frauenfrage nur im Zusammenhang mit der Änderung der gesellschaftlichen Verhältnisse zu lösen war. Dafür stand nicht zuletzt das 1878 erschienene Werk von August Bebel *Die Frau und der Sozialismus*. Clara Zetkin behauptete, der Unterschied zur bürgerlichen Frauen-

³³² Vgl. ebenda, S. 14.

³³³ Vgl. ebenda, S. 25 - 26.

bewegung läge darin, dass diese „einen Kampf gegen die Männer der eigenen Klasse führe, während die Proletarierinnen im Verein mit den Männern ihrer Klasse für die Abschüttelung der Kapitalherrschaft kämpften“³³⁴. 1933 löste sich der *Bund der Deutschen Frauenvereine* selbst auf, um der *Gleichschaltung* zu entgehen.

Bildung

Claudia Heuerkamp vertritt die These, dass ein Grund der Öffnung von Universitäten für Frauen „die Tatsache [war], daß für die unverheirateten Töchter aus bildungsbürgerlichen Familien die Gestaltung ihres Lebensunterhalts in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts immer schwieriger wurde.“³³⁵ Seit 1888 setzte sich der im selben Jahr gegründete Verein *Reform* für höhere Mädchen- und Frauenbildung sowie für die Zulassung von Frauen zur Maturität ein. 1890 gründete Helene Lange den *Allgemeinen Deutschen Lehrerinnen-Verein*³³⁶. Die ersten sechs Abiturientinnen absolvierten 1896 in Berlin als externe Studentinnen die Reifeprüfung. Ein Studienabschluss war jedoch nur im Ausland möglich. Nachdem verschiedene europäische Länder den Frauen versuchsweise und in beschränktem Maße ein Studium erlaubten, wurde ihnen 1908 der Zugang zu den Universitäten im ganzen Deutschen Reich gewährt. Meist handelte es sich bei diesen Studentinnen um Frauen aus Familien mit bildungsbürgerlichem oder akademischem Hintergrund. Die Anzahl von jüdischen Frauen war sehr hoch.

„Daß die gebildete bürgerliche Familie in der jüdischen Bevölkerung relativ häufiger war als in der nicht-jüdischen, dürfte bereits zu einem großen Teil die hohe Zahl jüdischer Frauen an den Universitäten erklären. Hinzu kam die ausgeprägte Hochschätzung höherer Bildung und formaler Qualifikation in jüdischen Bürgerfamilien.“³³⁷

Die meisten Frauen studierten Jura und Medizin. Viele besuchten auch die Philosophische Fakultät, wo sie eine gute Allgemeinbildung erwerben konnten, die ihnen auch im Falle einer Heirat zu Gute kam. Denn das Studium ermöglichte es den Frauen noch längst nicht, in männliche Sphären vorzudringen und Männerberufe auszuüben, da sie offen von den männlichen Kollegen diskriminiert wurden. Die Zahlen aus der Weimarer Republik zeigen, dass „die eigentliche Schwierigkeit für

³³⁴ Ebenda, S. 31.

³³⁵ Heuerkamp, Claudia: *Frauen, Universitäten und Bildungsbürgertum. Zur Lage studierender Frauen 1900 - 1930*. In: Siegrist, Hannes: *Bürgerliche Berufe. Zur Sozialgeschichte der freien und akademischen Berufe im internationalen Vergleich*. Vanderhoeck & Rupprecht Göttingen, 1988, S. 201.

³³⁶ Nave-Herz, Rosemarie: a. a. O., S. 31.

³³⁷ Heuerkamp, Claudia: a. a. O., S.207.

*Frauen nicht so sehr darin bestand, ein Studium zu ergreifen, als vielmehr darin, nach dem Studium in einen akademischen Beruf zu kommen.*³³⁸ Das Lebens studierter Frauen war nicht einfach: Sie waren zwar erfolgreich, mussten sich aber unter Umständen ohne Mann ihren Weg durch das Leben bahnen. Es gab viele Frauen, die nach dem Studium nicht auf Familie verzichten wollten und sie mit dem Beruf zu vereinen versuchten. Dies war jedoch oftmals zum Scheitern verurteilt.

*„Versuche, Ehe und Mutterschaft auf der einen und akademische Berufstätigkeit auf der anderen Seite miteinander zu kombinieren, implizierte in jedem Falle eine erhebliche Doppelbelastung der betroffenen Frauen [...], zumal es für solche Lösungen nicht die geringsten gesellschaftlichen Hilfen gab und die Ehemänner der betreffenden Frauen im Regelfall nicht daran dachten, die Aufgaben in Haushalt, Familie und Kindererziehung partnerschaftlich mit ihren berufstätigen Frauen zu teilen.“*³³⁹

1920 erhielten Frauen das Habilitationsrecht, ab 1922 durften sie Richterinnen werden. Zwischen 1908 und 1933 promovierten in Deutschland 10 595 Frauen.³⁴⁰ Sie alle waren Pionierinnen einer neuen Lebensweise, die sich von der ihrer Vorgängerinnen grundlegend unterschied. Und obwohl auch für diese zweite Generation das Studium noch immer keine gesicherte Existenz bot, konnte sie von den Errungenschaften ihrer Vorgängerinnen profitieren und ihre Berufsaussichten verbessern. Immerhin konnte sich so manches *Fräulein Doktor* in den Männerdomänen Respekt erkämpfen. Der Verweis auf diese Generationsfolge ist auch für die Auseinandersetzung mit der Rolle der Frau im *Dritten Reich* (siehe 6. Kapitel) und für den Vergleich mit der Tschechoslowakei (siehe 8. Kapitel) von Bedeutung.

4.2 Die Neue Frau – ein inszenierter Typus?

Seit den 1970er- und -80er-Jahren beschäftigt sich die feministische Forschung mit der Geschichte der Kultur unter Akzentuierung des Frauen- und Geschlechterdiskurses. Da der Typus der *Neuen Frau* „auf ideengeschichtlicher wie ikonologischer Ebene zu einem Paradigma für die Zwanziger Jahre geworden“³⁴¹ ist, wird die Beschäftigung mit der Weimarer Republik als eine Art Suche nach Vorbildern der *modernen* Frau betrieben. Dass die Erforschung der Zeit zwischen den Weltkriegen aus der Sicht von Frauen zunehmend relevant geworden ist, beweisen die

³³⁸ Ebenda, S. 214.

³³⁹ Ebenda, S. 216.

³⁴⁰ Nave-Herz, Rosemarie: a. a. O., S. 32.

³⁴¹ Sykora, Katharina: *Die Neue Frau. Ein Alltagsmythos der Zwanziger Jahre*. a. a. O., S. 14. Vgl. auch: Ankum, Katharina von: *Women in the Metropolis. Modernity in Weimar culture*. University of California Press Berkeley, 1997.

zahlreichen Neuauflagen von Autorinnen aus der Weimarer Republik, wie Irmgard Keun, Marieluise Fleißer, Mascha Kaléko oder Emmy Hennings. Dieses Interesse betrifft – neben der Literatur – auch Zeitschriften aus jener Zeit, wie an der Publikation eines Faksimile der Zeitschrift *Die Dame* oder an der Ausstellung über *die neue linie*³⁴² zu beobachten ist. Auch umfänglichere Ausstellungen wie *Neue Frauen zwischen den Zeiten*³⁴³ oder ‚Glamour‘ *Das Girl wird feine Dame – Frauendarstellungen in der späten Weimarer Republik*³⁴⁴ zeugen von der stetig wachsenden Beachtung der 1920er-Jahre in der Frauenforschung. Die dazugehörigen Untersuchungen erörtern ferner die Entstehungsgeschichte des Konstrukts der *Neuen Frau*, das zum Paradigma der Zwischenkriegszeit wurde. Dabei steht vorrangig die Wechselbeziehung von Lebensrealität und Medienprägungen im Mittelpunkt.

Der Begriff *Neue Frau* bildete sich im Kontext internationaler revolutionärer Bewegungen zu Ende des 18. Jahrhunderts heraus und fand im 19. Jahrhundert weitere Verbreitung. Im Rahmen der Französischen Revolution wurde die Entwicklung der *femme libre* gefordert, die die neue Gesellschaftsordnung repräsentieren sollte. In Deutschland wurde der Begriff *Neue Frau* erst nach dem Revolutionsjahr 1848 von den Frauenbewegungen aufgegriffen.³⁴⁵ Die Forderung nach der *Neuen Frau* wurde im 19. Jahrhundert sowohl von bürgerlichen wie auch von proletarischen Frauenorganisationen formuliert; für diese forderten sie das Recht auf Arbeit und Bildung.

Bereits 1896 beobachtete Alfred Kerr die Emanzipation der Frau, die im öffentlichen Leben zunehmend präsent wurde:

„Das Emporklettern der Weiberchen zu immer neuen Schauen ist ein reinstes Symbol von erstaunlicher Aktualität. Heute klettern sie in Berlin überall empor; nicht zuletzt die Treppen der Universität, nicht zuletzt die Treppen der königlichen Bücherei, nicht zuletzt die Redaktionstreppen.“³⁴⁶

In den 20er-Jahren bezeichnete der Begriff *Neue Frau* schließlich die um 1900 geborene Frauengeneration, die sich den Anforderungen des modernen Alltags angepasst hatte. Diese *Neue Frau* verkörperte die Fortschrittlichkeit der Weimarer Repu-

³⁴² *die neue linie. Das Bauhaus am Kiosk*. Im Bauhaus Archiv Berlin, 21.2.2007 - 16.4.2007.

³⁴³ *Neue Frauen zwischen den Zeiten*. In der Kleinen Humboldt-Galerie Berlin, 17.4.1996 - 23.5.1996.

³⁴⁴ „Glamour“ *Das Girl wird feine Dame – Frauendarstellungen in der späten Weimarer Republik*. Im Georg Kolbe Museum in Berlin, 17.2.2008 - 12.5.2008.

³⁴⁵ Siehe: Sykora, Katharina: *Die Neue Frau. Ein Alltagsmythos der Zwanziger Jahre*. a. a. O., S. 9 - 24.

³⁴⁶ Rühle, Günther (Hrsg.): *Alfred Kerr. Mein Berlin. Schauplätze einer Metropole*. Aufbau-Verlag Berlin, 1999, S. 116.

blik sowie die Modernität Berlins. Die Bedeutungsverschiebung des Begriffs und seine Popularisierung kommentiert Katharina Sykora wie folgt:

*„Mit dem Ende des Ersten Weltkriegs jedoch trat ein deutlicher und wesentlicher Wandel ein, sowohl was den Gebrauch und die Bedeutung des Begriffs ‚Neue Frau‘ betraf, als auch was Ausmaß und Kontext der Verbreitung des damit verbundenen sozialen Typus‘ und seiner Bildprägung anging.“*³⁴⁷

An der Erschaffung, Mitgestaltung und Popularisierung des Phänomens *Neue Frau* als einen modernen urbanen Typus waren in erheblichem Maße die Medien, vor allem das Kino und die Presse, beteiligt.³⁴⁸ Mit ihrer expliziten Ausrichtung auf Frauen schufen sie sich Protagonistinnen und Konsumentinnen zugleich. Denn gerade durch die massenhafte mediale Verbreitung wurde die *Neue Frau* zum Vorbild für all jene Frauen, die als *modern* gelten wollten. Petra Bock schreibt in diesem Zusammenhang:

*„Die Neue Frau war in Mode, so wie sie sich auch in der Mode inszenierte. Den Gazetten ein beliebtes Feuilletonthema, Gesprächsstoff für jede Party, willkommene Kundin und vielversprechendes Objekt für die gerade entstehende Schönheits- und Unterhaltungsindustrie [...] Zeitschriften, Filme, Romane und Werbungen griffen das Image auf, instrumentalisierten es für ihre Zwecke und sorgten gleichzeitig für seine massenhafte Verbreitung.“*³⁴⁹

Wem galt der Begriff *Neue Frau* überhaupt? In den 1920er-Jahren lebten nebeneinander fortschrittliche intellektuelle bürgerliche Frauen, Angestellte als Vertreterinnen des neuen Mittelstandes, d. h. Frauen, welche die neu erworbenen Bildungs- oder Arbeitsmöglichkeiten nutzten oder nutzen mussten, Arbeiterinnen sowie Frauen in der traditionellen Rolle der Mutter und Hausfrau. Jede von ihnen konnte eine *Neue Frau* sein. Der Begriff bezog sich folglich auf eine heterogene Gruppe von Frauen aus unterschiedlichen sozialen Schichten. Diese Gruppe von Frauen repräsentierte nicht nur eine neue soziale Klasse, sondern in erster Linie eine neue Generation von modernen Frauen, denn *„Typus und Image gaben den jungen Frauen die Möglichkeit, sich jenseits gebürtlicher oder ehelich festgelegter Sozialschranken zu verorten.“*³⁵⁰

Versuche, zwischen dem Image und der gelebten Realität genauer zu unterscheiden, sind auch in der Forschung zur *Neuen Frau* unternommen worden.

³⁴⁷ Sykora, Katharina: *Die Neue Frau. Ein Alltagsmythos der Zwanziger Jahre*. a. a. O., S.

10.

³⁴⁸ Schüler, Liane: *Vom Ernst der Zerstreuung. Schreibende Frauen am Ende der Weimarer Republik: Marieluise Fleißer, Irmgard Keun und Gabriele Tergit*. Aisthesis Verlag Bielefeld, 2005, S. 45.

³⁴⁹ Bock, Petra; Koblitz, Katja (Hrsg.): a. a. O., S. 22.

³⁵⁰ Ebenda, S. 23.

Kristine von Soden geht davon aus, dass mit der Entdeckung der Masse durch die Konsumindustrie die Emanzipation „in Konsum umgelenkt“ „und die ‚Neue Frau‘ als Kampfbegriff der Frauenbewegung um 1900 zum Modebegriff vereinnahmt“³⁵¹ worden sei. Die Sozialwissenschaftlerin Petra Bock wiederum versuchte, eine kleine Elitegruppe intellektueller Frauen, die den wahren Typus der *Neuen Frau* verkörperten, von der Masse der Angestellten, die nur jenes äußere Image übernahmen, zu unterscheiden:

„Auf der einen Seite gab es diejenigen, die kreativ einen eigenen Lebensstil aus einem intellektuellen, reflektierten Bewußtsein heraus gestalteten und die einen modernen, progressiven Frauentypus verkörperten. Es waren Frauen aus dem akademischen oder literarisch-künstlerischen Milieu. [...] Auf der anderen Seite gab es die große Masse der jungen Frauen, die das modische Image der Neuen Frau im bekannten äußeren Erscheinungsbild mit Bubikopf, kurzem Rock und Zigarette pflegten, ohne damit ein tieferes Bewußtsein zu verbinden.“³⁵²

Während Sykora die *Neue Frau* als einen „Alltagsmythos“ versteht, zeigt Julia Bertschik am Beispiel von Vicki Baum, dass sich „modisches Image und emanzipatorischer Typ der ‚Neuen Frau‘ gerade nicht auseinanderdividieren lassen.“³⁵³ Weil das Image und die Realität in einer Wechselwirkung agierten, ist es nicht nur schwierig, sondern auch unnötig, zwischen ihnen zu unterscheiden. Aus diesem Grund schließe ich mich Bertschiks Argumentation an, die die *Neue Frau* als „immer wieder erzeugtes Konstrukt vielstimmiger Diskurse“ versteht, „über die sich progressive wie traditionelle Vorstellung von Weiblichkeit etablieren“³⁵⁴.

4.3 Die Rolle der Modepublizistik bei der Popularisierung von modernen Weiblichkeitsbildern

Simmel bemerkte bereits 1905, dass die Verbindung von Mode und Moderne den Wechsel zum *Neuen* ausdrücke und den Bruch mit der Vergangenheit verdeutliche.

³⁵¹ Sykora, Katharina: *Die „Hure Babylon“ und die „Mädchen mit dem eiligen Gang“*. Zum Verhältnis „Weiblichkeit und Metropole“ im Straßenfilm der Zwanziger Jahre. In: Sykora, Katharina (Hrsg.): a. a. O., S. 128.

³⁵² Sykora, Katharina: *Die Neue Frau. Ein Alltagsmythos der Zwanziger Jahre*. a. a. O., S. 21.

³⁵³ Bertschik, Julia: *Vicki Baum: gelebter und inszenierter Typ der „Neuen Frau“ in der Weimarer Republik*. In: Wende, Waltraud (Hrsg.): *Nora verlässt ihr Puppenheim. Autorinnen des 20. Jahrhunderts und ihr Beitrag zur ästhetischen Innovation*. J. B. Metzler Stuttgart, 2000, S. 69.

³⁵⁴ Ebenda, S. 83. Bertschik kommt weiterhin zu folgendem Ergebnis: „Sie sind in der Realität abruf- und auswechselbar wie ein Rollenrepertoire mit verschiedenen Kostümen, ohne dass dabei überhaupt noch zwischen eigener und fremder Rede, zwischen medialer Vermarktung und einheitlich-individuellen Selbst – einer somit illusionär werdenden Vorstellung – klar unterschieden werden kann.“

Er machte klar, dass die Modeentwicklung mit sozio-kulturellen Entwicklungen zusammenhängt. Das *Reformkleid*, das die Figur unbetont ließ, weil es lose fiel, war Zeichen eines Wandels von Bewusstsein und Mode.³⁵⁵ Die Entbehrungen während und unmittelbar nach dem Ersten Weltkrieg sowie der Umstand, dass Frauen Männer, die ihren Dienst an der Front taten, an ihren Arbeitsplätzen vertraten, hatten die Entstehung einer praktischen Mode zur Folge. Hinzu kam, dass die Konfektion eingeführt wurde und erschwingliche Massenware maßgeschneiderte Modelle ersetzte und somit eine eindeutige Zuordnung zu einer bestimmten Gesellschaftsschicht erschwerte.

*„Die Frauen der zwanziger Jahre hatten durch ihre Partizipation an den die Funktion der Gesellschaft erhaltenden Dienstleistungen und Arbeitsprozessen, durch ihr Eindringen in die Öffentlichkeit, in den Sport und künstlerische Darbietungen ein neues Selbstwertgefühl entwickelt, das in der Bewegungsfreiheit ihrer Kleidung seine äußere Entsprechung fand.“*³⁵⁶

Der Modejournalismus war anfangs eine Domäne von Männern, erst nach der Jahrhundertwende eroberten langsam die Frauen dieses Gebiet für sich, was sicher auch mit dem Anstieg von weiblichen Zeitungsmitarbeitern zusammenhing, wie Eliza Ichenhauser bereits 1905 feststellte. Severit behauptet:

*„Die Entwicklung der Modepublizistik hatte im Zuge der Industrialisierung des Schneiderhandwerks und des technischen Fortschritts im Pressewesen eine klare Richtung eingeschlagen. Die Modezeitschrift wurde zum wesentlichsten Medium der Verbreitung von Mode und der Bewerbung der Modeindustrie.“*³⁵⁷

Nur wenige Frauen konnten von ihrer journalistischen Tätigkeit leben und auch die Themenbereiche, die sie bearbeiteten, waren beschränkt. 1925 gab es 331 festangestellte Journalistinnen.³⁵⁸ Schütz führt eine Erhebung von 1925 an, derzufolge es ungefähr 450 Redakteurinnen und etwa 800 freie Schriftstellerinnen gab.³⁵⁹ Adolf Dreßler beschäftigt sich 1936 in seiner Studie *Die Frau im Journalismus* mit der weiblichen Beteiligung am Journalismus und kommt zu dem Ergebnis, dass die Frauen in den Bereichen *„Feuilleton, Mode, Frauenfragen, Frauenbeilagen,*

³⁵⁵ Vgl. Allesch, Ea von; Severit, Frauke: *Wenn aus Frauen Menschen werden. Eine Biographie*. Wiesbaden, DUV, 1999, S. 116 - 117. Vgl. zum Reformkleid auch Bertschick Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*. a. a. O., S. 91 - 98.

³⁵⁶ Ebenda, S. 177.

³⁵⁷ Ebenda, S. 133.

³⁵⁸ Schüler, Liane: a. a. O., S. 46.

³⁵⁹ Vgl. Schütz, Erhard: *Von Fräulein Larissa zu Fräulein Dr. Kohler? Zum Status von Reporterinnen in der Weimarer Republik – das Beispiel Gabriele Tergit*. In: Fähnders, Walter; Karrenbrock, Helga (Hrsg.): *Autorinnen der Weimarer Republik*. Aisthesis Verlag Bielefeld, 2003, S. 215 - 237.

*Theater- und Musikkritik, Soziales, Pädagogik, Politik und fremdsprachliche Nachrichtenbearbeitung*³⁶⁰ tätig waren. Severit ruft jedoch zur kritischen Betrachtung der Untersuchungen von Ichenhauser und Dreßler auf und betont, dass die Situation der Frauen im Journalismus bei weitem nicht ideal war und es für Frauen immer noch schwer war, in die *männlichen* Domänen der Nachrichtenerstattung zu gelangen. Frauen schrieben meist über Hausfrauenthemen, Wohnungseinrichtung, Ernährung oder Erziehung. Einigen gelang es darüber hinaus, mittels Film-, Theater-, Musikkritiken oder Erzählungen ins Feuilleton durchzudringen. Dies bestätigt auch meine Untersuchung.

Davon, dass der Modediskurs mehr war als die Beschäftigung mit Mode, zeugen beispielsweise die Texte der Modepublizistinnen Ea von Allesch, Helen Hessel-Grund oder der Schriftstellerin Vicki Baum.³⁶¹ Stellvertretend für die Autorinnen kann das Modeverständnis von Alleschs dienen, die unter Mode *„Offenheit und Flexibilität des Geistes, Entwicklung und Bewegung verstand.“*³⁶² Die moderne Mode ermöglichte es den Frauen in den 1920er-Jahren, durch die Gestaltung des Äußeren ihre Emanzipation von antiquierten Normen zu demonstrieren. Bertschik argumentiert:

*„Weibliche Mode wird damit als eine Allegorie großstädtischer Moderne begriffen, in der sich die widersprüchlichen Vorstellungen und Chancen der geistig, finanziell und sexuell unabhängigen, wahlberechtigten, sportlichen wie modebewussten Frau spiegeln.“*³⁶³

4.4 Repräsentative Zeitschriften: *Die Dame* und *die neue linie*

Abgesehen von der Editions-geschichte und einer knappen Beschreibung sind in der deutschen Pressegeschichte nur spärliche Informationen zu den Zeitschriften *Die Dame* und *die neue linie* vorhanden. Eine wichtige Quelle stellt die Dissertation von Rosa Friderika Schäffling aus dem Jahr 1949 dar. Aus dem Jahr 1980 gibt es zudem eine Untersuchung von Christian Ferber³⁶⁴ über *Die Dame*. Zu den neuesten Forschungsarbeiten, in den die genannten Zeitschriften thematisiert werden, ge-

³⁶⁰ Allesch, Ea von; Severit, Frauke: a. a. O., S. 137.

³⁶¹ Vgl. zu Vicki Baum und der Helen Hessel-Grund: Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*.

³⁶² Allesch, Ea von; Severit, Frauke: a. a. O., S. 86.

³⁶³ Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*. a. a. O., S. 180. Zur Mode vgl. auch: Koch, Christiane: *Sachlich, sportlich, sinnlich. Frauenkleidung in den zwanziger Jahren*. In: Schmidt, Maruta; Soden, Kristine von (Hrsg.): a. a. O., S. 16 - 24.

³⁶⁴ Ferber, Christian (Hrsg.): *Die Dame. Ein deutsches Journal für den verwöhnten Geschmack 1912 bis 1943*. Ullstein Verlag Berlin, 1980.

hören die Habilitationsschrift von Julia Bertschik³⁶⁵ und der Ausstellungskatalog *die neue linie. Bauhaus am Kiosk*³⁶⁶.

In ihrer Arbeit beschäftigt sich Schäffling mit der Entstehungsgeschichte und den Charakteristika von repräsentativen Zeitschriften in Deutschland, England, Frankreich, Italien und den USA. Dabei setzt sie sich auch mit den Zeitschriften *Die Dame* und *die neue linie* auseinander. Sie bezeichnet die Gattung der repräsentativen Zeitschrift als „Geschöpfe“ des 20. Jahrhunderts und eine „übernationale Erscheinung“³⁶⁷, deren charakteristische Merkmale sie folgendermaßen bestimmt: „Der Name ‚repräsentative Zeitschrift‘ sagt also, daß diese eine besondere Wirkung ausüben soll und deshalb auch großes Gewicht auf schöne Form und Ausstattung legen muß.“³⁶⁸ Nach dem Ersten Weltkrieg verbreitete sich in Deutschland die Anwendung neuer drucktechnischer Verfahren sowie neuer Gestaltungselemente (Werbung)³⁶⁹; die Zeitschriften wurden mit viel mehr Fotos ausgestattet, auf hochwertigem Papier gedruckt, waren farbiger und attraktiver, was sich auf ihren Preis auswirkte.³⁷⁰ Die gestiegene Qualität spiegelte sich auch im Inhalt der Zeitschriften wider, das Feuilleton bot Kunst und Kultur sowie Geschichten, Novellen und Gedichte von namhaften Autoren, aber auch aktuelle gesellschaftliche Themen auf hohem Niveau. Das Publikum, für das die repräsentativen Zeitschriften bestimmt waren, galt als ein gehobenes. Schäffling beschreibt dies wie folgt:

„Da die repräsentativen Zeitschriften ein besonders gepflegtes Äußeres als Vorbedingung hatten, benötigten sie einen entsprechend anspruchsvollen und kostspieligen technischen Apparat. Sie konnten daher – außer in dem Sonderfall der USA – niemals eine Massenauf-
lage erzielen. So kam das entsprechend der hohen Herstellungskosten der Verkaufspreis

³⁶⁵ Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*.

³⁶⁶ Rössler, Patrick: *die neue linie 1929 - 1943. das bauhaus am kiosk*. Kerber Verlag Berlin, 2007.

³⁶⁷ Schäffling, Rosa Friderika: *Die repräsentativen Zeitschriften, ihre Entwicklung und Bedeutung in Deutschland, Italien, Frankreich, England und in den USA*. München, 1949, S. 13. Da Schäffling ihre Arbeit kurz nach dem Krieg schrieb, konnte sie kaum Exemplare der Zeitschriften aus der Zeit vor 1933 ausfindig machen.

³⁶⁸ Ebenda, S. 1.

³⁶⁹ Der Ullstein-Verlag gestaltete die Zeitschrift nach dem Muster amerikanischer Magazine. Laut Ferber war das Amerikanische der *Dame* vor allem der Anzeigenteil: „Da ‚die Dame‘ nach amerikanischem Modell gemacht ist, sehen wir, eingestreut zwischen die einzelnen Berichte, auf mehreren Seiten rechts oder links zahlreiche technisch und graphisch schön ausgestattete Inserate platziert.“ Ferber, Christian: a. a. O., S. 9.

³⁷⁰ „Das Erscheinungsbild der Frauenzeitschriften in der Weimarer Republik verändert sich stark, besonders in der Titelblattgestaltung und durch die Hineinnahme von Werbung, Illustrationen, Stellenanzeigen etc. augenfällig ist. Aber auch die inhaltliche Gestaltung erfährt mit der Tendenz zu sachlicher Information und ausgefeilten Leitartikeln, dem Ausbau des Feuilletons und der Einbeziehung der weiblichen Leserschaft entscheidende Neuerungen.“ Wilhelms, Kerstin: *Frauenzeitschriften in der Weimarer Republik*. In: Schmidt, Maruta; Soden, Kristine von (Hrsg.): a. a. O., S. 65.

*dieser schönen und künstlerisch ausgestatteten Zeitschriften relativ hoch sein muß und sich dementsprechend der Leserkreis nur aus wohlhabenden Schichten zusammensetzte. Da es sich dabei aber nur um gebildete Kreise handeln kann, müssen die Verleger dieser Tatsache Rechnung tragen und Programm wie Inhalt entsprechend auf einem höheren Niveau halten.*³⁷¹

In beiden Zeitschriften wurden Reisedestinationen präsentiert, Werbung für Luxusgüter und in der Modebeilage Modelle für Sport-, Vormittags-, Nachmittags-, Abend- und Ballkleider abgebildet, also für Anlässe, die einen gehobenen sozialen Status voraussetzten. Trotzdem kann man davon ausgehen, dass diese Zeitschriften – eben weil sie repräsentativ waren – eine Vorbildfunktion für breite Bevölkerungsschichten hatten. Sie waren Trendsetter in Mode, im Lebensstil, aber auch in Kunst und Kultur.

4.4.1 *Die Dame* von 1918 bis 1933

Das erste Mal erschien *Die Dame* 1912 in der Nr. 7 der *Illustrierten Frauen Zeitung* als zweites Titelblatt. Sie wurde immer beliebter und gewann zunehmend an Leserschaft. Diese Entwicklung der *Dame* beschrieb Christian Ferber:

*„Die Leserinnen blieben, neue kamen hinzu, bald verschwand die ‚Frauen-Zeitung‘ auch aus dem Untertitel, und die Auflage der ‚Dame‘ konnte nach Zehntausenden gezählt werden. Nach der Frauenmarktlücke wurde nun die Damenmarktlücke gefüllt. [...] Seide, Samt und Spitze, schöne Häuser, schöne Menschen, interessante Schauspieler und all die krähenden Hähnchen, die es bis zum Dachfirst der Gesellschaft geschafft hatten: dies war in Zeitschriften längst erwünscht gewesen.“*³⁷²

Das Journal „mit nur guten Nachrichten“³⁷³, wie es Ferber bezeichnete, entwickelte sich weiter, so dass es nach 1921 als eigenständige Zeitschrift erscheinen konnte. In den 1920er-Jahren war *Die Dame* „die schönste und eleganteste deutsche repräsentative Zeitschrift“³⁷⁴. Dies ist der Strategie des Ullstein-Verlags zu verdanken, der eine Marktlücke erkannte und die Zeitschrift nach US-amerikanischem Muster gründete.³⁷⁵ Jenes Muster zeigte sich einerseits im Anzeigenteil, der sich – wie meine Untersuchung ergab – vorrangig auf Werbung für Luxusartikel konzentrierte, etwa für exquisite Kleider, Pelze, Kosmetik, Automobile oder moderne Haushaltsgeräte. Andererseits gab es – ganz *amerikanisch* – qualitativ hochwertige Abbildungen

³⁷¹ Schäffling, Rosa Friderika: a. a. O., S. 4.

³⁷² Ferber, Christian (Hrsg.): a. a. O., S. 9.

³⁷³ Ebenda.

³⁷⁴ Schäffling, Rosa Friderika: a. a. O., S. 78.

³⁷⁵ Vgl. ebenda,, S. 78.

aus der Welt der Reichen und Schönen, bei denen es sich oft um Hollywoodstars handelte. *Die Dame* informierte Damen und jene, die es gern werden wollten, über all das, was ihnen Zeitschriften bis dahin nicht bieten konnten, wonach sich Frauen aber sehnten. Über ihre Zielgruppe, also über „die ‚*Dame*‘-Leserin oder gar den ‚*Dame*‘-Leser“ gibt es keine Informationen. Ferber bemerkt dazu nur: „*Sie stammten ohne Zweifel aus dem Bürgertum, dem aufsteigenden allemal, und mitunter wohl auch aus dem adeligen Stande, schwer arbeitende Gutsdamen beispielsweise am Feierabend.*“³⁷⁶

Die Dame erschien 14-tägig und kostete 1,50 Reichsmark, nach 1933 1,20 und ab 1937 nur noch 1 Reichsmark. Sie hatte einen Umfang von 80 bis 90 Seiten. Unter der Leitung von Kurt Korff, der bis 1933 der Chefredakteur war, steigerte sich die Qualität der Zeitschrift im Bezug auf die Berichterstattung und die abgedruckten Literaturbeiträge. Im Vordergrund stand bei der *Dame* die Vermittlung von Bildern aus dem Gesellschaftsleben, von aktueller Mode, Belletristik, Kunst und Ästhetik, Wissenschaft, Theater, Film und Wohnkultur.

In den 20er-Jahren veröffentlichte auf den Seiten der *Dame* eine Reihe renommierter Persönlichkeiten ihre Texte, wie z. B. Roda Roda, Peter Altenberg, Max Brod, Otto Flake, Walther von Molo, Kurt Tucholsky, Paul Schlesinger, Vicki Baum, Stefan Zweig, Robert Walser, Arno Holz, Marie Luise Kaschnitz, Walter Kiaulehn, Bertolt Brecht, Alfred Polgar, Colette, Joachim Ringelnatz, Carl Zuckmayer, Max Reinhardt, Pola Negri und Carola Neher. Die Titelbilder wurden unter anderem von der Malerin Tamara de Lempicka³⁷⁷ gestaltet. Ferber charakterisiert die Entwicklung der Zeitschrift unter Kurt Korff wie folgt:

„*Er machte aus dem Journal für den verwöhnten Geschmack genau das, was es zu sein hatte: das Journal für den verwöhnten Geschmack – und zwar ein Berliner Journal mit dem Schick, dem Impetus, der anmutigen Frechheit, die diese Stadt auszeichnete, als sie unvermutet in einem besiegten Land zu einer Metropole aufstieg. Um die Mitte der Zwanziger Jahre war ‚Die Dame‘ das beste Journal seiner Art auf dem Weltmarkt. Sie profitierte von den scheinbar goldenen Zwanzigern – doch in einem gewissen Ausmaß hatte sie auch Teil an der Herstellung der Zwanziger und ihrer Legende. Die Befriedigung des verwöhnten Geschmacks wurde dabei auf Gebiete ausgedehnt, die ehemals nur als Vehikel für Mode und Kochrezepte galten: der Lesestoff, etwa Schnitzlers ‚Traumnovelle‘, wurde auf diesem Glanzpapier zuerst gedruckt, von Baum und Brecht bis zu Zweig und Zuckmayer reicht die Liste der Autoren. ‚Die Dame‘ übermittelte der Dame weit mehr, als manche Dame verkraften konnte, doch es gab auch genügend erstklassige entzückende Nichtigkeiten, um niemandem Kopfschmerzen zu machen.*“³⁷⁸

³⁷⁶ Ferber, Christian (Hrsg.): a. a. O., S. 12.

³⁷⁷ Z. B. das Cover von Tamara de Lempicka in: *Die Dame*, Jg. 58, H. 2, (Oktober) 1930.

³⁷⁸ Ferber, Christian (Hrsg.): a. a. O., S. 12.

Gleichwohl ist der Auffassung Ferbers, dass die *Dame* „das beste Journal seiner Art auf dem Weltmarkt“ gewesen sei, das einerseits vielerlei „Nichtigkeiten“, andererseits anspruchsvolle Unterhaltung ohne politisches Engagement vermittelte, nicht gänzlich zuzustimmen. Denn er gesteht gleichzeitig ein, dass die Zeitschrift sehr wohl „auf ihre Leser und auf die Zeiten reagierte“. Und, dass es „[i]n nur drei Jahrzehnten [...] drei ganz verschiedene Damen“ gab, „jede ein Journal-Geschöpf ihres kurzen Zeitalters, jede eine Antwort auf Zustände, Hoffnungen und am Ende auch Gewalten“³⁷⁹.

Die *Dame* verfolgte als Frauen- und Gesellschaftszeitschrift eine Linie der politischen Indifferenz, was heißt, dass sie sich zu keiner Zeit offenkundig zum jeweiligen politischen Regime positionierte. Sie war ein deutsches Glanzjournal, das die Zwischenkriegszeit von ihrer schönen Seite dokumentierte. Gleichzeitig diente sie als Anleitung zum modernen Lebensstil und propagierte den Prototyp des modernen Frauendaseins: die *Neue Frau*.

4.4.2 Die neue linie von 1929 bis 1933

Die *neue linie* erschien von 1929 bis 1941 einmal monatlich im Otto Beyer Verlag in Leipzig. Herausgegeben wurde sie von Bruno E. Werner, einem Kunst- und Theaterkritiker der *Deutschen Allgemeinen Zeitung*. Der Schriftleiter in Berlin war Dr. Fritz Hellwag.

Zu den Autoren der *neuen linie* gehörten bis 1933 z. B. Will Vesper, Carl Haensel, Otto Flake, Alexander Lernet-Holenia, Ursula Usch, Walter Georg Hartmann, Kasimir Edschmidt, Curt Krispien, Martin Richard Moebius, Franz Hessel, Richard von Schaukal, Peter Scher, Balthasar Kindermann, Ilse Faber, Peter Behrens, Karl Foerster, Peter Scher, Sophie von Uhde und Paul Alverdes. Zahlreiche Feuilletons wurden von Peter Bamm verfasst.

Gestalterisch handelte es sich um eine Zeitschrift mit modernem Layout und avantgardistischen Montagebildern auf der Titelseite. Bereits die Tatsache, dass der Titel *die neue linie* ohne Großbuchstaben gesetzt wurde, war neu und ein Zeichen für die avantgardistische Tendenz der Zeitschrift:

„die neue linie‘ versuchte, schon in ihrem Titel das neue Programm auszudrücken. Die bis zum Eingehen des Blattes immer künstlerisch sehr interessanten, lebendigen und

³⁷⁹ Ebenda, S. 10.

modernen, surrealistisch gehaltenen Titelblätter waren ein weiterer Hinweis auf die neue Haltung [...].³⁸⁰

Schäffling stellte fest, dass *die neue linie* schon „von vornherein in Opposition zu den vorhandenen Blättern diese Art [stand] – oder es wenigstens [versuchte], die den Redakteuren zu veraltet, zu snobistisch oder mondän schienen“³⁸¹. Die Konzeption sah vor, dass der Leserkreis nicht auf ein bestimmtes Publikum begrenzt sein sollte, jedoch erforderten Themenwahl und Darbietung eine höhere Bildung. Es wurden moderne Architektur, Wohnkultur, Kunst und Mode präsentiert, weltoffenes Reisen propagiert und neuartige illustrierte Reiseberichte dargeboten. „Bis zum Kriegsbeginn gab sich ‚Die Neue Linie‘ als, größte deutsche Reisezeitschrift [...]“³⁸². Der Unterhaltungsteil setzte sich aus Feuilletons, Novellen, Erzählungen, Fortsetzungsromanen, Film- und Schallplattenbesprechungen sowie aus Rätseln zusammen. Die zahlreichen Abbildungen wurden meistens thematisch passend zu den Reisezielen ausgewählt, auch gab es Fotografien, die Interessantes aus aller Welt zeigte. Wie sich während meiner Analyse herausstellte, konzentrierte sich die Zeitschrift – abgesehen von den Reisetemen – programmatisch auf *deutsche* Kultur- und Gesellschaftereignisse. Brüning behauptet:

„Mit diesem Versuch, die Grundlage zu einer neuen Lebensgestaltung zu geben, stand, ‚die neue linie‘ ganz bewußt in Opposition zu den Blättern, welche mondäne Gesellschaftsberichte brachten, ausführlich über Mode referierten und sich mit hypermodernen, vom Ausland übernommenem Unterhaltungsstoff beschäftigten.“³⁸³

So wurde beispielsweise von allen Gratulanten zum ersten Erscheinungsjahr besonders hervorgehoben, dass sich *die neue linie* eben auf heimische Themen konzentrierte und sich von den anderen Zeitschriften durch ihr Niveau unterscheidet. 1930 fasste dies Wilhelm Schäfer zusammen:

„An der neuen linie gefällt mir das, daß sie sich wieder auf den gebildeten Deutschen besinnt, der durchaus nicht so ausgestorben ist, wie es im amerikanischen Tohuwabohu unserer Zeit scheint. Diese gebildeten Deutschen interessieren immer andere Dinge als Preisboxer und Filmstars, auch wenn er sich nicht gegen die ‚neue Linie‘ des modernen Geschmacks sträubt.“³⁸⁴

³⁸⁰ Schäffling, Rosa Friderika: a. a. O., S. 89.

³⁸¹ Ebenda, S. 87.

³⁸² Brüning, Ute: *Bauhäusler zwischen Propaganda und Wirtschaftswerbung*. In: Nerdinger, Winfried (Hrsg.): a. a. O., S. 44.

³⁸³ Ebenda, S. 88.

³⁸⁴ Schäfer, Wilhelm: *Zum 1. Jahr der neuen linie*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 1, (September) 1930, S. 6.

Thomas Mann würdigte zum selben Anlass das literarische Niveau der Zeitschrift, wobei er vor allem deren Funktion hervorhob, ein guter Leserstoff für Frauen zu sein. Er schrieb:

*„die neue linie hat mir sehr gut gefallen. Sie ist eine anziehende, lebensvolle Zeitschrift, die namentlich den Beifall der Frauen erregen muß, und deren literarisches Niveau ich entschieden beachtlich finde. Mit vielem Dank für die noble Unterhaltung, die mir die Hefte gewährten.“*³⁸⁵

Unter der Rubrik *Wirkungskreis der Frau* konnte man über den Nachmittagstee, die Junggesellin und ihre Wohnung, Küchenrezepte, Ernährungsfragen oder über Handarbeiten lesen. Emma Kromer, Mitglied des Reichswirtschaftsrats, würdigte die Arbeit der *neuen linie* und hob insbesondere die geistreiche Art, mit der die typischen *Frauenthemen* behandelt wurden, hervor:

*„Der Wirkungskreis der Frau, heute größer, weiter, reicher als je zuvor, zeigt eine neue Linie, wie sie in diesen Blättern bisher so erfolgreich begonnen wurde, und weiter durchgeführt werden soll. Geistige Durchdringung bei allen Aufgaben: neuzeitliche Ernährungslehre, Gesundheitspflege, Warenkunde, kurz durchdachte Haushaltsführung, – daneben Gestaltung des schönen gepflegten Heimes als Mittelpunkt für Familie, Freunde, kultivierte Geselligkeit. Ein herzliches Glückauf zu dieser Weiterarbeit, Anregung und Förderung in vielen, vielen Jahrgängen.“*³⁸⁶

4.4.3 Die Dame und die neue linie im Vergleich

Wie bereits erwähnt, war *Die Dame* in erster Linie eine Frauen- und Modezeitschrift, die *neue linie* hingegen eine Gesellschafts- und Reisezeitschrift. In beiden Fällen handelt es sich um repräsentative Zeitschriften. Aus diesem Grund gibt es Parallelen in der Gestaltung (Qualität des Papiers, Fotografien von hoher Qualität, geschmackvolle Werbung) sowie im Aufbau beider Zeitschriften. Das Spektrum an Themen umfasst landläufig als *Frauenthemen* geltende Bereiche (wie Mode, Ernährung, Schönheitspflege und Psychologie), Kunst und Kultur, gesellschaftliche Themen (moderner Lebensstil, neues Wohnen, etc.) und Feuilletonbeiträge.

Beide Zeitschriften können bis 1933 als apolitisch bezeichnet werden. Dennoch ist – im Hinblick auf die Orientierung – ein deutlicher Unterschied zwischen ihnen festzustellen: Während *Die Dame* bei ihrer Berichterstattung über Gesellschaft und Kultur

³⁸⁵ Mann, Thomas: *Zum 1. Erscheinungsjahr der „neuen linie“*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 1, (September) 1930, S. 6.

³⁸⁶ Kromer, Emma: *Zum 1. Erscheinungsjahr der „neuen linie“*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 1, (September) 1930, S. 6.

international ausgerichtet war, konzentrierte sich die *neue linie* vorrangig auf Deutschland. Daher erwies sich – bezogen auf die Amerika-Berichte und die Auseinandersetzung mit dem *Amerikanismus* – insbesondere *Die Dame* als ergiebige Quelle. In der *neuen linie* waren vergleichsweise wenige Texte auszumachen, die sich mit diesem Themenkreis beschäftigten.

Das Frauenbild der Zeitschriften war – gemessen an den äußeren Erscheinungsformen – geradezu identisch. In beiden Zeitschriften wurden Frauen abgebildet, die einen modernen, unabhängigen und sportlichen Typ repräsentierten. Bei den Texten ging es in der *Dame* in erster Linie um Unterhaltung. In der *neuen linie* wiederum widmete man sich zuvorderst dem selbst auferlegten Programm, der Entfaltung der Frau zu dienen.

4.5 Der Diskurs über die *Neue Frau*

Die bereits beschriebene politische und wirtschaftliche Entwicklung nach 1918 und die daraus folgenden gesellschaftlichen Veränderungen führten geradezu zwangsläufig zur Herausbildung des Phänomens der *Neuen Frau*. Inwiefern diese die gesellschaftliche Rolle der Frau im Allgemeinen veränderte, lässt folgendes Zitat deutlich werden:

*„Der Eheanspruch ist kein Axiom mehr, die Frauen sind in alle Berufe getrieben worden, das ‚Mitverdienen‘ der Frau ist beinahe schon eine Selbstverständlichkeit, für die man sie mit dem Wahlrecht genügend entschädigt zu haben glaubt. All die neuen feministischen Bewegungen, dem Mutterideal entgegengesetzt, die freie Liebe, die Geburtenkontrolle, das Recht auf den eigenen Körper usw., haben den Typus der schönen Frau zu verändern begonnen.“*³⁸⁷

In den 1920er-Jahren wurde dies mitunter euphorisch kommentiert: *„Die Emanzipation der Frau, vor ein paar Generationen eingeleitet, ist vollkommen.“*³⁸⁸ Die Medien – insbesondere Presse und Kino, aber auch die Literatur – widmeten dem neuen urbanen Frauentypus große Aufmerksamkeit, spielten bei seiner Popularisierung die entscheidende Rolle und gestalteten ihn auf diese Weise auch aktiv mit. Mit ihrer Hilfe wurden in der Öffentlichkeit wesentliche Aspekte zum Erscheinungsbild der *Neuen Frau* verbreitet, was deren Typisierung sowohl in der äußeren Er-

³⁸⁷ K.: *Vom Puppengesicht zum Charakterkopf. Wandlungen des Frauenideals*. In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 16, (Mai) 1927, S. 2. Diese These wurde auch von Dr. Elsa Hermann vertreten, die sich in ihrem Buch *So ist die Neue Frau* mit der Herausbildung dieses Typus auseinandersetzte. Hermann, Elsa: *So ist die Neue Frau*. Avalun Verlag Hellerau, 1929.

³⁸⁸ Flake, Otto: *Die Frau, wie wir sie uns wünschen*. In: *die neue linie*, Jg. I, H. 2, (Oktober) 1929, S. 17.

scheinung als auch in der Lebensweise massiv vorantrieb. Die Leserinnen von Magazinen wurden täglich mit diesem Frauentyp konfrontiert.

„Wie er en vogue war: perfekt gestylt im Sinne des neuen Modebildes mit kurzem Rock, frischem Haarschnitt und – besonders wichtig – mit einem spezifischen Attribut ausgestattet, für das entweder geworben werden oder welches den jeweils dargestellten Lebenszusammenhang der Frau symbolisieren sollte.“³⁸⁹

Die massenhafte mediale Verbreitung jenes standardisierten Bildes von der *Neuen Frau* übte nicht nur Einfluss, sondern auch starken Druck auf die Selbstwahrnehmung und Selbstdarstellung der Frauen aus, die als modern gelten wollten. Im Feuilleton waren es meist männliche Autoren, die dieses Bild popularisierten und zugleich konstruierten.

Ungeachtet dessen, ob das Feuilleton ein Autor oder eine Autorin schrieb, wurde das moderne Frauendasein allerdings auch gerne ironisiert und parodiert. So karikierte z. B. 1927 Vicki Baum in einem fiktiven ironischen Gespräch die tragikomischen Bemühungen einer jungen Frau, die um jeden Preis *modern* sein wollte:

„Darf ich Ihnen hier Ypsi vorstellen, die kleine, sehr moderne Frau, die sie gewiß tausendmal gesehen haben – bei Premieren, Rennen, Boxkämpfen und prominenten Leichenbegräbnissen.“³⁹⁰

Bereits der Name Ypsi – vergeben „nach dem Muster der berühmten Filmdiva YPSI LONA“³⁹¹, die eigentlich Karoline hieß – stellt ihr Trendbewusstsein heraus. Ypsi ist ironischerweise eine „Kopistin“ also eine im doppelten Sinne typische Angestellte, deren größter Wunsch es ist, „originell“ zu sein, und deren größte Angst, „unmodern“ zu wirken. Baum charakterisiert sie passend als eine „Märtyrerin des heute“³⁹². Leider scheitern Ypisis Versuche, einzigartig zu sein daran, dass es Tausende gibt, die. Baum benennt am Beispiel von Ypsi all jene Attribute, die als charakteristisch für eine *Neue Frau* galten (zumindest in der medialen Darstellung). Gleichzeitig macht sie deutlich, welchen Einfluss das von den Medien popularisierte Bild der *Neuen Frau* in den 1920ern hatte, das zur gesellschaftlichen Norm – wenn nicht gar zum Zwang – für alle jene Frauen wurde, die als modern betrachtet werden wollten, was sie durch ihre universalisierte Erscheinung und Lebensführung zum Ausdruck zu bringen versuchten.

³⁸⁹ Schüler, Liane: a. a. O., S. 47.

³⁹⁰ Vicki Baum: *Leute von heute*. In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 3, (November) 1927, S. 17.

³⁹¹ Ebenda.

³⁹² Ebenda.

„Eigentlich tut Ypsi immer Dinge, die ihr nicht liegen, eigentlich trägt sie Sachen, die ihr nicht stehen. Eigentlich ist sie in ihrem aller innersten, geheimsten Winkelchen doch eben Karolinchen Schuster mit den aschblonden Zöpflein. Man müsste sie bewundern, was alles sie auf sich nimmt. Ehebruch, Kokain, Operationen, [...], Reiten im Herrensitz (tut hintenrum verteufelt weh), Augenbrauenzupfen, langweilige Bücher lesen, zu enge Schuhe, zu kleine Hüte, zu dünne Wäsche im Winter, Tennisturnier bei 39 Grad im Juli, Kinderlosigkeit und Magenleiden, Nikotinvergiftung und Entfettungskuren; [...].“³⁹³

Männliche Autoren begegneten dem Phänomen dagegen überwiegend mit wohlwollender Ironie, und gerade sie beschrieben die *Neue Frau* bevorzugt als eine Modeerscheinung, in die von den Medien alle Superlative hineinprojiziert wurden, die sie zur Superfrau machten, die Arbeit, Familie und Freizeit unter einen Hut bringen konnte, dabei immer gut aussah und vor Lebenslust und Energie strotzte. So ist in der *Dame* nachzulesen:

„Die moderne Frau letzter Ausgabe ist eine Art Weltwunder. Sie kann alles. Sie hat zwei bis vier Kinder, die sie alle genährt hat. Sie ficht, schwimmt, reitet, skit, hockeyt, tennist, golft und steppt. Sie kann Rohkostplatten zusammenstellen und Wiener Apfelstrudel backen, ihr defektes Auto reparieren, Jumper häkeln, Kreuzworträtsel lösen. Sie kann auf dem Land, in der Stadt und auf Reisen leben. Sie hält sich nur das nötigste Personal und bestellt ihr Weekendahuschen ganz allein. [...] Sie will gar nicht repräsentieren, sie will sich ausleben. Wie sie es tut, ist ihre ganz private Angelegenheit. Es gibt keine mondänen Frauen mehr, es gibt nur noch moderne Frauen.“³⁹⁴

Meine Feuilletonuntersuchung bestätigt, dass die *Neue Frau* das Gegenmodell zur traditionellen Frauenrolle darstellte und als mediales Konstrukt popularisiert wurde. Weiterhin zeigt sie, dass dieser urbane Typus einen progressiven Lebensstil propagierte, der als Ergebnis der *Modernisierung* verstanden wurde und alle Bereiche des Lebens umfasste.

4.5.1 Die Angestellte als Prototyp der *Neuen Frau*

Im Zuge der Industrialisierung entstanden neue Arbeitszweige, vorwiegend im Dienstleistungssektor, in denen billige und nicht qualifizierte Arbeitskräfte benötigt wurden, d. h. vor allem Frauen. Dies führte zur Herausbildung eines neuen Mittelstandes, der Angestellten. Ein Großteil dieser Angestellten rekrutierte sich aus Frauen. Siegfried Kracauer stellte in seinem Essay *Die Angestellten* fest: „Es gibt heute in Deutschland 3,5 Millionen Angestellte, von denen 1,2 Millionen Frauen sind.“³⁹⁵ Als Erklärung für diesen Umstand führte er an:

³⁹³ Ebenda.

³⁹⁴ Anita: *Mondän ist nicht mehr modern*. In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 21, (Juli) 1928, S. 46.

³⁹⁵ Kracauer, Siegfried: a. a. O., S. 11.

*„Daß gerade so viele Frauen in die Angestelltenberufe geströmt sind, lässt sich noch im besonderen aus der Erhöhung des Frauenüberschusses, den wirtschaftlichen Folgen von Krieg und Inflation und dem Bedürfnis der neuen Frauengeneration nach wirtschaftlicher Selbständigkeit erklären.“*³⁹⁶

Wie Kracauer erkannte, war die Erwerbstätigkeit für jene „*neue Frauengeneration*“ mehr als nur Broterwerb, sie war ein Weg, Unabhängigkeit zu erlangen, was von einem neuen Selbstverständnis dieser um die Jahrhundertwende geborenen Frauen zeugte. Sykora identifizierte diese zweite Generation – im Gegensatz zur ersten, aus dem Bürgertum stammenden Generation der Angestellten – als Frauen, die der Arbeiterschicht und dem kleinbürgerlichen Mittelstand entstammten und die Arbeit – ebenfalls im Gegensatz zur ersten Generation – nicht als Statusverlust, sondern als Aufstiegschance begriffen.³⁹⁷ Die Angestellten konzentrierten sich in großen Städten, vor allem in der Vier-Millionen-Metropole Berlin. Bei Schütz heißt es:

*„In Berlin konzentriert sich der Wettkampf der aus der Provinz unentwegt zuströmenden jungen Mädchen um Beruf, Karriere und soziale Sicherheit. Dort entsteht jene Angestelltenkultur, die nicht zum unwesentlichen Teil Kultur der weiblichen Angestellten ist, nach der Seite der Arbeitsphäre hin stereotyp gefaßt im ‚Ladenmädchen‘, der ‚kleinen Verkäuferin‘ und der ‚Tipse‘, der Büroangestellten, nach der Seite der Freizeit- und Unterhaltungskultur hin im ‚Revuegirl‘.“*³⁹⁸

Die prototypische Angestellte war eine junge, attraktive, ledige Frau zwischen 20 und 30, die einen *modernen*, der traditionellen Frauenrolle entgegengesetzten Lebensstil führte, wenigstens bis zu ihrer Heirat. Sie wurde daher als Innbegriff der *Neuen Frau* wahrgenommen und dargestellt. *„Die Zeitgenossen sahen diese Art der ‚Neuen Frauen‘ in den durchschnittlichen Angestellten, den ‚Tippmamsells‘ verkörpert.“*³⁹⁹

Häufig wurde das typische Angestelltendasein thematisiert. Laut Klischee war die Angestellte – um es mit den Worten von Franz Hessel auszudrücken – *„tags berufstätig und abends tanzbereit“*⁴⁰⁰. Der reale Alltag der Angestellten hatte allerdings mit dem in den Magazinen und Filmen propagierten Lebenswandel nur wenig zu tun; er

³⁹⁶ Ebenda, S. 12.

³⁹⁷ Vgl. Sykora, Katharina: *Die „Hure Babylon“ und die „Mädchen mit dem eiligen Gang“*. Zum Verhältnis von „Weiblichkeit“ und „Metropole“ im Straßenfilm der Zwanziger Jahre. a. a. O., S. 128.

³⁹⁸ Schütz, Erhard: *Romane der Weimarer Republik*, a. a. O., S. 162.

³⁹⁹ Bock, Petra; Koblitz, Katja (Hrsg.): *Neue Frauen zwischen den Zeiten*. Edition Hentrich Berlin, 1995, S. 23.

⁴⁰⁰ Hessel, Franz: *Ermunterungen zum Genuß*, Arsenal Berlin, 1987, S. 35.

verlief eher als Alltagstrott bei schlechter Bezahlung. So beklagte sich beispielsweise im *Berliner Tageblatt* eine Angestellte über ihren öden Alltag:

*„[...] denn ich bin die Hunderttausendste, die tippt, Stenogramme aufnimmt, Botengänge flitzt und 60 Mark Anfangsgehalt bekommt. [...] Mein Tag beginnt mit dem resoluten Zurechtrücken des Schreibmaschinenschemels und endet mit dem müden Zudecken der Maschine durch einen schwarzen Wachstuchschutz, dazwischen liegt nichts als Notieren, Berechnen und das Rattern der Maschine.“*⁴⁰¹

Auch ein weiteres Zitat, das die Selbstwahrnehmung von „einer solchen“⁴⁰² wiedergibt, verdeutlicht, wie unbefriedigend der Angestelltenalltag sein konnte:

*„Jeden Morgen frag ich mich wieder: warum muß ich eigentlich in den blöden Dienst, warum muß ich pünktlich sein, wenn doch die andern, vor allem die Chefs, unpünktlich sind, warum verdiene ich so wenig – und warum hat das Wort ‚Tippmädchen‘ einen komischen Beigeschmack?“*⁴⁰³

Die niedrigen Löhne, harte und oft gesundheitsschädliche Arbeitsbedingungen, viele Überstunden, sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz, stetige Sorge um gute Kleidung und Aussehen, die als Qualifikation für den Angestelltenjob galten, dies alles waren Probleme, mit denen die weiblichen Angestellten zu kämpfen hatten. Emil Lederer setzte sich mit dem Alltagsdasein und den Arbeitsverhältnissen auseinander und stellte fest: *„der gesellschaftliche Raum, in dem wir noch die moderne Sklaverei finden [...], ist heute nicht mehr der Betrieb, in welchem die große Masse der Arbeiter arbeitet, sondern dieser soziale Raum ist das Bureau.“*⁴⁰⁴ Es bleibt unbestritten, dass die Arbeit Frauen finanziell unabhängiger machte. Ihr Verdienst reichte jedoch meist nicht dafür aus, dass sie sich die Freizeitvergnügungen nach Feierabend in dem Maße leisten konnten, wie es die Presse glaubhaft machen wollte.

Die Technik bestimmte seit der Jahrhundertwende nicht nur die Produktion, sondern zunehmend auch den Alltag. Sie wurde zum Kennzeichen des modernen Zeitalters und in den 1920er-Jahren zum Mittelpunkt eines lebhaften Diskurses, der von überschwänglicher Begeisterung bis hin zu radikaler Ablehnung reichte. Der Ingenieur, der die Maschine konstruierte und beherrschte, wurde zum Literaturhelden. Neu war aber, dass auch Frauen begannen, die Technik zu nutzen, und zwar sowohl bei der Arbeit wie auch im Haushalt (moderne Haushaltsgeräte) und in der Freizeit (Automobil). Die Angestellte, die mit der modernen Bürotechnik umgehen

⁴⁰¹ Wolf, Margot: *Zwischen dem Tippen*. In: *BT*, 10.8.1928, MA.

⁴⁰² Anonym: *(Von einem solchen) Tippmädchen*. In: *die neue linie*, Jg. I, H. 1, (September) 1929, S. 19.

⁴⁰³ Ebenda.

⁴⁰⁴ Kracauer, Siegfried: a. a. O., S. 15.

konnte, wurde zur Heldin des Alltags. Welche Bedeutung die Einführung von Büromaschinen, die *Amerikanisierung* und also *Modernisierung*, für die Entstehung der weiblichen Büroberufe spielte, beschreibt Liane Schüler:

„Die so genannte ‚Amerikanisierung‘ der Büroarbeit, die mit der Einführung diverser Büromaschinen wie der Schreibmaschine, den Hollerith-Maschinen, Rechen-, Buchungs-, Frankiermaschinen u. ä. einherging, sorgte letztlich für eine weitere Zunahme der Frauenerwerbstätigkeit, die freilich mit einer Abwertung der klassischen Büroberufe einhergehen sollte.“⁴⁰⁵

Schüler klassifiziert in ihrer Untersuchung die Schreibmaschine als das zentrale Medium der Kommunikation und betrachtet sie *„als Materialisierung einer ganzen Dimension der westlichen Existenz im 20. Jahrhundert.“*⁴⁰⁶ Denn es ist die Schreibmaschine, die in der *„Außenwelt“* zum Markenzeichen der Angestellten wird und die gleichzeitig ihre *„Innenwelt“*, ihre Selbstwahrnehmung prägt, wie die angeführten Zitate belegen. Die *Neue Frau* beherrscht die Schreibmaschine und gleichzeitig wird sie selbst – durch die Arbeit, bei der sie wie am Fließband stundenlang Briefe tippt – zu einer zuverlässigen und funktionsfähigen Maschine. Das folgende Zitat verdeutlicht sehr anschaulich, wie sich die Angestellte durch den Umgang mit der Maschine aufgewertet fühlt und sich sogar mit einem Ingenieur vergleicht:

„Ich schiele zur Schreibmaschine, die noch bedeckt ist, aber schon drohend dasteht. Daneben liegt ein Block. Ich blättere: 1, 2, 3, 5, 10 – 30 Stenogramme. Ein Seufzer folgt dieser Feststellung. Aber der Deckel muß doch runter. Erstmal werden die Typen schön sauber gebürstet und alles etwas nachgesehen. In diesem Moment komme ich mir wie ein Ingenieur vor, denn ich weiß Bescheid mit meiner Maschine, kenne ihren Mechanismus ganz genau.“⁴⁰⁷

Die Angestellte wurde zurecht als Prototyp der *Neuen Frau* betrachtet, denn sie verkörperte all das, was – verglichen mit der Dame der Jahrhundertwende – *neu* bzw. *anders* war. Die Erwerbstätigkeit ermöglichte es Frauen erstmals, sich sozial zu verorten und eine finanziell (wenn oft nur partiell) unabhängige Existenz zu führen. Diese erworbene Freiheit und neue Selbstwahrnehmung führte zu einem neuen Lebensstil, den wir heute als selbstverständlich wahrnehmen.

4.6 Die neue „Linie der Mode“

„In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts verbreitete sich das Mädchenturnen trotz vieler moralischer, medizinischer und ästhetischer Bedenken allmählich in den

⁴⁰⁵ Schüler, Liane: a. a. O., S. 25.

⁴⁰⁶ Ebenda, S. 8.

⁴⁰⁷ Anonym: (Von einem solchen) *Tippmädchen*. a. a. O., S. 19.

*Schulen.*⁴⁰⁸ Nach dem ersten Weltkrieg stiegen Ansehen und Verbreitung des Sports im Allgemeinen, insbesondere auch des Frauensports. In den 1920er-Jahren wurde er schließlich zum Massenphänomen. Das weibliche Ideal wandelte sich radikal; modern wurde die sportliche, schlanke Frau mit androgyner Gestalt. Körperliche Ertüchtigung und gesunde Ernährung galten als wichtige Mittel, um die gewünschte Figur zu erzielen und zu halten.⁴⁰⁹ Somit wurde der Sport zur Mode und zu einer beliebten Freizeitbeschäftigung.

*„In den 20er Jahren rückten der Körper und sein Funktionen ins öffentliche Blickfeld, ein neues Bewußtsein beendete das Schweigen über Sexualität und Schwangerschaft, Körperhygiene und Krankheitsvorsorge. [...] Eine schöne, schlanke Körperform war das neue Ideal, dem man sich besonders durch Turnen, Spiel und Sport nähern konnte.“*⁴¹⁰

Wie aktuell das Thema *Figurgestaltung* war, wird auch von zahlreichen Feuilletons bezeugt.⁴¹¹ Als Beispiel dient der folgende, von der bekannten Kabarett­sängerin Margo Lion vorgetragene Song, der 1924 in der *Dame* abgedruckt wurde. Dieser schildert auf amüsante Art den überspitzten Schlankheitswahn, der als eine ungesunde Modeerscheinung entlarvt wird:

*„Es steht in dem Fenster der Menschheit zur Schau
eine magere Frau unbeweglich!
Es hat zum Kostüm ihr der Stoff nicht gereicht –
was oben sie zeigt ist recht kläglich!
Sie kann sich nicht brüsten – sie hat keine Brust,
ein Leibchen ist Hülle des Leibes!
Sie hat keine Hüften – sie hat keine Lust –
dieser Restbestand eines Weibes!
Sie spreizt ihre Arme – sie dreht sich im Kreis!
Was will sie? Was hat sie? Was kann sie? –
Wer weiß!
Wer ist dieses Ausrufezeichen der Not?
Welch Abgesandte vom Tode?*

⁴⁰⁸ Sportmuseum Berlin (Hrsg.): a. a. O., S. 106.

⁴⁰⁹ Vgl. Anonym: *Erziehung zum Körpergefühl*. In: *Die Dame*, Jg. 53, H. 25, (September) 1926, S. 3 - 5.

⁴¹⁰ Sportmuseum Berlin (Hrsg.): a. a. O., S. 56. Vgl. hierzu auch: Cowan, Michael; Sicks, Kai M.: *Leibhaftige Moderne. Körper in Kunst und Massenmedien 1918 bis 1933*. Bielefeld, 2005. Und: Berger, Ursel: *Eleganz und Sportlichkeit. Die „sportübende Frau“ als Ideal der späten Weimarer Republik*. In: Berger, Ursel; Dollenmaier, Verena: *„Glamour“. Das Girl wird feine Dame. Frauendarstellungen in der späten Weimarer Republik*. E. A. Seemann Berlin, 2008, S. 20.

⁴¹¹ Vgl. Wulf, Erich: *Schlank muß sie sein!* In: *BT*, 30.4.1921, MA. Und: A. B. (Dr. phil et med.): *Der tragikomische Konflikt: Schlanke Linie oder frauliche Form?* In: *BT*, 16.5.1928, MA.

*Man weiß nicht – ist es der Hungertod?
Oder die neueste Linie der Mode?*⁴¹²

Das äußere Erscheinungsbild wurde in den 1920er-Jahren zum wichtigen, oft sogar zum entscheidenden Kriterium im Kampf um den Arbeitsplatz und – in Zeiten des Frauenüberschusses – vermutlich auch im Kampf um den Mann. Die Medien schufen und verbreiteten das Idealbild der in jeglicher Hinsicht perfekten Frau, der viele nachzueifern versuchten. Es ist also verständlich, dass Aussehen und Körperform zu wichtigen gesellschaftlichen Themen wurden, wobei das Augenmerk auf Schlankheit, Schönheit und Jugendlichkeit gelegt wurde (also auf die gleichen Merkmale, die auch heute in den Medien von einer perfekten Frau verlangt werden). Sie waren die Voraussetzungen für ein – so zumindest die Hoffnung – erfolgreiches und glückliches Leben. Severit beschrieb das Sporttreiben als ein zweckmäßiges Mittel, dem gesellschaftlichen Druck zu begegnen, der eine schlanke Linie verlangte:

*„Der Sport erfährt auch in diesem Hinblick seine Bedeutungsgebung als Mittel, den Körper in gewünschte Form zu modellieren – der Körper wurde ‚zur Figur, Eros reduzierte sich auf Sexualität, und Schönheit äußerte sich materialisiert nur noch als Attraktivität‘, eine Attraktivität, die auf Juvenilität basierte und im Notfall auch künstlich, durch die ersten Schönheitsoperationen, erzeugt wurde.“*⁴¹³

Bei der Erhaltung des jugendlichen Aussehens waren die Frauen nicht nur auf das Turnen angewiesen, sie konnten auch auf zahlreiche, in den untersuchten Magazinen propagierte Kosmetikprodukte, formende Unterwäsche oder kosmetische Operationen zurückgreifen. Der übersteigerte Körperkult und Jugendwahn wurde im Feuilleton oft karikiert; so spottete beispielsweise 1928 Claire Goll im *Berliner Tageblatt*: *„Der Schnitt, der augenblicklich in Paris den größten Erfolg hat, ist – der amerikanische Schnitt. [...] Er verwandelt eine Greisin in eine Dreißigjährige.“*⁴¹⁴ Gleichzeitig stichelt Goll weiter, dass es fraglich ist, ob dem operierten Gesicht auch die Seele angepasst werden könne.

Die emanzipierte Frau wurde auf eine harte Probe gestellt: Sie musste zwischen Karriere und Mutterschaft wählen – und gegebenenfalls lavieren. Jugend und Schönheit verhießen gesellschaftlichen Erfolg, wurden aber gleichermaßen zum ungeschriebenen Gesetz, dem es sich bedingungslos zu unterwerfen galt. Die Medien

⁴¹² Schiffer, Marcellus: *Die Linie der Mode*. In: *Die Dame*, Jg. 51, H. 23, (August) 1924, S. 13.

⁴¹³ Allesch, Ea von; Severit, Frauke: a. a. O., S. 181.

⁴¹⁴ Goll, Claire: *Die Gesichtsschneiderin*. In: *BT*, 15.12.1928, MA.

spielten eine entscheidende Rolle bei dieser Normierung. Der Sport verband ästhetische Funktion und Gesundheitspflege. Einerseits war die Mode die Folge der neuen Lebensführung, andererseits unterlag die Lebensführung der Mode. Neu war, dass diese Lebensführung von der Frau, der *Neuen Frau* verkörpert wurde.

4.7 Die sachliche Frau

Die neue soziale Ordnung und gesellschaftliche Aufwertung der Frau führten zu ihrer Emanzipation. In den 1920er-Jahren wurde erstmals öffentlich über den Körper und über Sexualaufklärung diskutiert. Als Beispiel sei hier die Diskussion über die Abschaffung des Paragraphen 218 (Abtreibungsverbot) genannt. Der selbstbestimmte Umgang der Frau mit ihrem Körper stellte eine Revolution dar und führte zu einer Neudefinierung der Geschlechterverhältnisse. Das Denken und Handeln der *Neuen Frauen* wurde nicht mehr in einem so hohen Maße wie vorher von tradierten Moralvorstellungen beeinflusst, die Sexualmoral und der Umgang mit dem männlichen Geschlecht lockerten sich. Eine Heirat war zwar immer noch bedeutungsvoll, jedoch erhöhte sich das Alter, in dem die Frauen Ehen schlossen.

Am sichtbarsten waren diese Veränderungen in der Großstadt. Dementsprechend heißt es:

*„Berlin hat in der Weimarer Republik nicht nur die niedrigste Geburtenrate in Deutschland, die höchste Zahl an kinderlosen Ehepaaren, sondern auch die höchste Quote an Scheidungen und illegalen Abtreibungen.“*⁴¹⁵

Das Feuilleton betonte im Zusammenhang mit der *Neuen Frau* stets die *Sachlichkeit* in Gefühlsangelegenheiten. In dem 1929 veröffentlichten Text *Elegante Mädchen*⁴¹⁶ beobachtet der Autor eben dies an Mädchen, die er als „selbstständig, fast anmaßend stolz und eigensinnig isoliert“ bezeichnet und die das Großstadtbild prägen. Das vorliegende Zitat kann deshalb als beispielhaft für die Charakterisierung und gleichzeitige Stilisierung der *Neuen Frau* betrachtet werden:

„Ihre Augen blicken weder schwärmerisch noch heiter, sondern kühl, kritisch überprüfend, sachlich abschätzend. Die Stimmen sagen: hier wird gerechnet. Diese Mädchen lächeln mokant über romantische Lyrik und bürgerliche Idylle im butzenscheibenverglasten Erker bei Wein, Weib, Gesang. Sie wissen in Freuds Psychoanalyse Bescheid, kennen Bruckners Sexualpathologien, haben sich Strindberg längst an den Sohlen abgelaufen, tanzen Step,

⁴¹⁵ Schütz, Erhard: *Romane der Weimarer Republik*. a. a. O., S. 162.

⁴¹⁶ Moebius, Martin Richard: *Elegante Mädchen*. In: *die neue linie*, Jg. 1, H. 3, (November) 1929, S. 20.

*singen flüsternd Negerlieder, halten Barberina und Ambassadeur für Familienlokale und unterscheiden so auch alle Zigarettenmarken.*⁴¹⁷

Die Liebesangelegenheiten regeln diese *moderne Mädchen* genauso wie ihr Leben: gut überlegt und ganz pragmatisch. Die Funktion der Ehe wandelt sich, der Mann als Versorger hat ausgesorgt. Die freie Liebe ohne Bindungszwang wurde zum neuen Beziehungsideal. So heißt es auch:

*„Was sie über Liebe denken? Meistens gar nicht, sie kommt nicht in Frage. Man flirtet, sucht Nervensensationen, auch komplizierte. Heiraten, das bleibt meistens eine geschäftliche Unternehmung, ein Akt der Vernunft, Ehe, das ist zu teuer, das geht über die Verhältnisse, die elegant bleiben sollen. Als Notbehelf dient die Freundschaft, die Kameradschaft, das freibleibende Verhältnis.“*⁴¹⁸

Dieser Text skizziert das Zeitgefühl der 1920er-Jahre, in denen die Sachlichkeit zum programmatischen Ausdruck der Modernität wird. Obwohl jene *Sachlichkeit* die ganze Gesellschaft betrifft – Männer wie Frauen –, ist der Begriff nur im Bezug auf die Frauen neu, da sie bislang nur als „*romantische Wesen*“ betrachtet worden waren. Die *moderne* Frau ist ein Großstadtmensch auf der Höhe der Zeit, eine *sachliche* Frau, oder anders gesagt: Sie ist eine Frau, die *männliche* Attribute adaptiert. Daher kann man diesbezüglich von einer *Vermännlichung* sprechen, über die auch die Zeitgenossen eine lebhafte Debatte führten (siehe 5. Kapitel).

4.8 Die Junggesellin

Wie aus dem Vorangegangenen klar hervorgeht, galt die prototypische Angestellte als alleinstehend und berufstätig, die *Neue Frau* war eine *Junggesellin*, wie die Zeitgenossen es nannten. Die finanzielle Unabhängigkeit der Angestellten war keineswegs in dem Maße gegeben, wie von den Medien behauptet. Im Feuilleton aber wurde die standardisierte (und größtenteils idealisierte) Vorstellung von der unabhängigen Karrierefrau gepflegt, die zwar eine eigene Wohnung, aber wegen ihrer Berufstätigkeit wenig Zeit für den Haushalt hätte.

Tatsache ist, dass die alleinstehende berufstätige Frau zum neuen Phänomen wurde, das in Opposition zum bürgerlichen Frauenideal stand. Die *Junggesellin* war eine Frau mit männlichen Attributen: selbstständig, finanziell unabhängig und auf

⁴¹⁷ Ebenda. Der Text wird auf S. 45 fortgeführt.

⁴¹⁸ Ebenda.

ihre Karriere fixiert. Sie wurde zum Adressaten der Medien, die wiederum ihr Image beförderten. Diesbezüglich Gabriele Tergit:

*„Die Junggesellin scheint immer mehr das menschliche Ideal zu verkörpern. Sie verbindet die männliche sachliche Leistung mit der weiblichen. [...] Heutzutage wimmelt es von Pallas Athenen, dieser mannweiblichen Gottheit.“*⁴¹⁹

Die Wirtschaft erkannte das Potenzial dieser neuen Konsumentin und versuchte, sie durch gezielte Werbung zum Konsum zu animieren. Als Folge dieses neuen Trends wurden Wohnungen für die Junggesellin – aber auch für den Junggesellen – mit moderner zweckmäßiger Raumordnung entworfen, und in Magazinen und Zeitschriften erschienen zahlreiche Ratschläge, wie diese einzurichten und zu führen seien. Die Einrichtung der modernen Wohnung sollte den berufstätigen Frauen die Bewältigung des Haushalts erleichtern. Dies war unter anderem deshalb notwendig, weil sich nur wenige berufstätige Junggesellinnen eine Haushaltshilfe leisten konnten. Da das moderne Frauendasein zwischen Arbeit und Haushalt stattfand, war es naheliegend, dass die Haushaltsführung in den Frauen- und Gesellschaftszeitschriften ein viel diskutiertes Thema war.⁴²⁰ Werbung für Haushaltsgeräte erschien in den hier untersuchten Zeitschriften selten, wenn aber, handelte es sich um moderne Errungenschaften wie Waschmaschine, Kühlschrank oder Staubsauger. Diese waren aufgrund ihres hohen Preises allerdings nur für die besserverdienenden Schichten erschwinglich, was einmal mehr beweist, dass jene Zeitschriften vorrangig an besser Gestellte gerichtet waren. Koch stellt in diesem Zusammenhang fest: *„[G]eradezu revolutionär war die Tatsache, daß die Arbeit der Hausfrau in all ihren Facetten durchleuchtet, arbeits-wissenschaftlich analysiert und erneuert wurde.“*⁴²¹ Ein Ergebnis solcher Analysen war die *Frankfurter Küche* – nach amerikanischem Vorbild – die Hausarbeit rationalisieren und Zeit sparen sollte. Zusammenfassend ausgedrückt galt:

„Das moderne häusliche Leben ist darauf eingestellt, mit allen physischen und psychischen Kräften hauszuhalten, sei es in der Küche oder im Wohnraum, der unsere schwer erkämpfte

⁴¹⁹ Tergit, Gabriele: *Berufsfrau – Hausfrau. Das Heim der Pallas-Athenen*. In: *BT*, 23.10.1928, MA.

⁴²⁰ Vgl. F. H.: *Wie wohnen wir heute?* In: *die neue linie*, Jg. III, H. 5, (Januar) 1931, S. 18. Und: Gropius, Walter: *Wie sollte der Großstädter wohnen?* In: *die neue linie*, Jg. II, H. 12, (August) 1931, S.22. Sowie: Gropius, Walter: *Das Haus der neuen linie*. In: Jg. IV, H. 5, (Januar) 1933, S. 11.

⁴²¹ Koch, Christiane: *Schreibmaschine, Bügeleisen und Muttertagssträuße. Der bescheidene Frauenalltag in den zwanziger Jahren*. In: Schmidt, Maruta; Soden, Kristine von (Hrsg.): a. a. O., S. 90.

*innere Klarheit optisch nicht zersplittern darf, ebensowenig wie die Küche ohnedies die gepflegte Hausfrau nicht zu unnützer Handlangerei verleiten darf.*⁴²²

Die Revolutionierung der Wohnformen zeugt davon, dass die Arbeitstätigkeit der Frau in den 1920ern allmählich zur akzeptierten Normalität wurde. Andererseits beförderte die neue gesellschaftliche Rolle der Frau die Herausbildung eines modernen Lebensstils und trug maßgeblich zum gesellschaftlichen Umdenken bei.

4.9 „Tagsüber berufstätig und abends tanzbereit“ – Freizeitgestaltung als Ausdruck moderner Lebensweise

Die finanziell unabhängige Frau wurde zur aktiven Konsumentin der populären Massenkultur. Zur beliebtesten Freizeitbeschäftigung der Masse wurde das Kino. Wie Siegfried Kracauer in seinem Aufsatz *Die kleinen Ladenmädchen gehen ins Kino* konstatiert:

*„Die blödsinnigen und irrealen Filmphantasien sind die Tagträume der Gesellschaft, in denen ihre eigentliche Realität zum Vorschein kommt, ihre sonst unterdrückten Wünsche sich gestalten.“*⁴²³

Der Film veränderte die Wahrnehmung seiner Zuschauer grundlegend. Das Leben, so wie es im Kino dargestellt wurde, galt als das *wahre*, nach dem man sich sehnte. In diesem Sinne ist auch folgende Aussage zu verstehen: *„Möglich ist alles, Lissy, ich hab' es neulich mal im Kino gesehen, echt, sage ich dir.“*⁴²⁴ Viele junge Frauen, insbesondere aus der Provinz, träumten vom Leben in der großen Stadt. Tausende träumten davon, entdeckt zu werden, eine Filmkarriere zu machen und zum Star aufzusteigen, sie träumten vom großen Erfolg. So sagt Doris, das *kunstseidene Mädchen*: *„[...] und ich bin doch so froh, daß ich fort bin in Berlin, und es ist eine Freiheit, ich werde ein Glanz.“*⁴²⁵

Der Film bot auch Vorbilder, mit denen man sich identifizieren konnte, denen man nacheifern konnte.

„Der Tonfilm ersetzt nicht nur das Theater, sondern auch das Leben [...]. Für das Leben wird er zum Vorbild. Hier finden wir alle Gestalten, denen es nachzueifern lohnt. Gegenüber dem

⁴²² F. H.: *Wie wohnen wir heute?* a. a. O., S. 18.

⁴²³ Kracauer, Siegfried: *Der verbotene Blick. Beobachtungen, Analysen, Kritiken*. Reclam Verlag Leipzig, 1992, S. 158.

⁴²⁴ Zwehl, Hans von: *Der Sonntag einer Berlinerin*. In: *BT*, 29.1.1933, SOA.

⁴²⁵ Keun, Irmgard: *Das kunstseidene Mädchen*. List Verlag München, 2003, S. 94.

hehren weiblichen Ideal einer Greta Garbo werden die überlieferten Frauengestalten der Geschichte als kümmerlich und unzeitgemäß evident [...].“⁴²⁶

Die Auswüchse dieser weiblichen Träume konnte man auf der Berliner Friedrichstraße sehen: Tagsüber versuchten hier tausende junge Frauen, eine Filmrolle zu ergattern, die aus ihnen einen Star machen würde. Abends wurde die Friedrichstraße mit ihren Passagen zu einer Warenwelt, in der das Gesetz der Käuflichkeit regierte.

Eines der Zeichen der erworbenen Freiheit war, dass Frauen nun auch ohne männliche Begleitung tanzen gehen konnten und man ihnen in den Lokalen Tanzpartner, die so genannten *Eintänzer*, offerierte. Das Tanzen war mehr als nur eine Entspannung, es war Sport und Ausdruck eines modernen Lebensgefühls zugleich. Es gab eine Reihe von Tanzpalais, in denen die Tanzsüchtigen ihrer Freizeitbeschäftigung nachgehen konnten. Fred Hildenbrandt beschrieb die Atmosphäre in solchen Etablissements:

„Das mondäne Tanzpalais liegt in der Friedrichsstadt. Zwang zum Smoking, zum Wein im Parkett, zum Sekt im Rang [...] Das Portemonnaie gilt. Der Trubel von Jazz, Licht, Schwarzweiß, bloßen Schultern, bloßen Rücken, Flitter im Haar, Brillanten, Parfüm. Was das kleine Ladenmädchen hinterm Ladentisch in eleganten Zeitschriften sehnsüchtig durchstöbert, hier ist diese große Talmiwelt: die Wäsche, die Toilette, der Schmuck, das Fest, die Dame am Abend, der Herr am Abend, der Reigen, das Leben, Berliner Leben.“⁴²⁷

Wie stark der Jazz den Lebensrhythmus bestimmte, verdeutlicht folgender Werbetext für die Elida-Seife von Elsa Herzog, der in der *Dame* unter dem Titel *Man erholt sich vom Jazz* erschien. Darin wird der Tagesablauf einer *modernen Frau* geschildert, dem der Jazz den Takt vorgibt. Der Werbetext trägt gleichzeitig alle charakteristischen Merkmale der *Neuen Frau* zusammen, indem er eine sportliche, aktive und selbstständige Frau präsentiert, eine tüchtige Arbeitskraft und gute Ehefrau zugleich:

„Die moderne Frau hält mit ihren Kräften haus. Aber sie schont sich keineswegs. Sie ist die erste in der Wirtschaft und bei der Arbeit und treibt doch schon morgens allerhand Sport und Gymnastik, denn sie ist zur Frühaufsteherin geworden. Sie lenkt selbst ihr Auto zum Sportplatz und, wenn's sein muß, nachher freudig zur Arbeit. Jedoch inzwischen schiebt sie eine Ruhepause ein, und diese Ruhepause gibt ihr Kraft zu neuen Taten. Sie verbringt sie liegend. Und gerade die liegende Stellung gibt ihr die Möglichkeit, das Herz, den Motor des Körpers, eine Zeitlang auf halbe Arbeit zu setzen. Dazu kommt, daß unsere moderne Kleidung darauf bedacht ist, den Körper nirgends einzuengen, die Blutzirkulation niemals aufzuhalten. Diese äußerliche Freiheit paart sich mit der inneren. Sie ist dem Manne heute gleichberechtigt und steht ihm als Kameradin zur Seite. Bei der Arbeit, beim Sport, beim

⁴²⁶ Zuberbuhler: *Das Leben aus der Konserve*. a. a. O., S. 19.

⁴²⁷ Hildenbrandt, Fred: *Lokale. Das mondäne Tanzpalais*. In: *BT*, 7.1.1925, AA.

Tanz, in der Ehe. Auch der Tanz ist in unserer durch den Jazz-Rhythmus beeinflussten Zeit zum Sport geworden. [...] Der Wohlgeruch der Elidaseife umgaukelt sie noch im Schlaf, er verbindet sich mit den letzten Jazzklängen ‚I’m in love again...‘. Da erholt man sich vom Jazz [...]. Wie von jedem übersteigerten Rhythmus des Lebens.“⁴²⁸

Da Werbung mit aktuellen Bildern arbeitet, vermittelt sie eine authentische Vorstellung vom zeitgenössischen Frauenideal sowie vom idealen Lebensstil. Und dieser war in den 1920ern vom Jazz, d. h. von Amerika geprägt.

4.10 Die Frau und das Automobil

Das Automobil wurde bereits um 1900 zum Zeichen des technischen Fortschritts, und es trug zur *Modernisierung* der Reisekultur bei. Doris Müller versteht in ihrer Arbeit über *das Automobil in Literatur und Film um 1900* die „Geschwindigkeit als Sinnbild kultureller Erneuerung“.⁴²⁹ Als Zeichen des Fortschritts wurde es allerdings vorrangig vom liberalen Bürgertum verstanden, die Konservativen hingegen dämonisierten das Auto als „Innbegriff der entfremdeten großstädtischen Lebensweise“⁴³⁰. Die Automobilkultur prägte in den 1920ern das urbane Bewusstsein und die moderne Lebensweise. Obwohl sich zu dieser Zeit nicht jeder ein Automobil leisten konnte, gehörte es nach und nach zum Alltag:

„Das Auto wurde als technische Errungenschaft und wirtschaftsstabilisierender Faktor gepriesen, es erschien als Repräsentationsobjekt und Ausdruck selbstbestimmter Lebensführung. Zugleich fand es Gestaltung als unberechenbares, Unruhe stiftendes und lebensbedrohendes Objekt oder wurde zur Projektionsfläche antirationalistischer Lebensentwürfe. In den Autofahrt-Darstellungen dominierten Momente der körperlichen Entgrenzung, des Rauschhaften, Irrationalen und der Todesgefahr als einer Intensivierung vitaler Kräfte.“⁴³¹

Zeitungen und Zeitschriften thematisierten das Automobil häufig – in Bild und Text – als Symbol für individuelle Reisegestaltung, für Bewegung, Fortschritt und Freiheit. Auch *die Dame*⁴³² und *die neue linie*⁴³³ räumten dem Thema Automobil im Feuil-

⁴²⁸ Herzog, Elsa: *Man erholt sich vom Jazz*. In: *Die Dame*, Jg. 56, H. 4, (November) 1928, S. 5.

⁴²⁹ Müller, Doris: *Gefährliche Fahrten. Das Automobil in Literatur und Film um 1900*. Königshausen & Neumann Würzburg, 2004, S. 269.

⁴³⁰ Ebenda, S. 279.

⁴³¹ Ebenda, S. 267.

⁴³² Vgl. Roda Roda: *Die Frau als Schofför*. In: *Die Dame*, Jg. 53, H. 5, (November) 1925, S. 2. Und: *Das Autoheft*. In: *Die Dame*, Jg. 56, H. 3, (November) 1928. Und: Bayer, Oswald G.: *Die Ehe liebste treibt Autosport*. In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 15, (Mai) 1927, S. 43. Sowie: Kirchner, Wilhelm: *Welchen Wagen soll ich mir kaufen?* In: *die neue linie*, Jg. II, H. 8, (April) 1931, S. 10.

⁴³³ Molzahn, Else: *Ein Auto erlebt die Natur*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 10, (Juni) 1931, S. 26.

leton, in Reportagen und vor allem in der Werbung viel Platz ein. In Deutschland war es – wie gesagt – ein Luxusartikel, doch die Werbung richtete sich vornehmlich an den betuchten Leserkreis der Magazine. Stilisiert wurde das Auto als Zeichen unbegrenzter Bewegungsfreiheit der *Neuen Frau*, die in den Magazinen gern als Automobilfahrerin abgebildet wurde. Die zahlreichen „Auto-Mode-Berichte“ deutet Bertschik als „Symbol für die Verweiblichung des Zeitalters“⁴³⁴ und beobachtet, dass „[d]ie damit intendierte Gleichsetzung von Auto und Frau [...] sich immer wieder in Reportagen und Werbeanzeigen [...]“⁴³⁵ wiederfindet. Das Automobil konnte als Allegorie der Emanzipation gelten. Es stand für Unabhängigkeit und Freiheit, sowohl in der Fortbewegung als auch im Lebensstil. Das folgende Gedicht aus der *Dame* ironisiert diese Erscheinung und illustriert humorvoll mittels der Automobil-Metaphorik das teilweise Unbehagen verbunden mit der Akzeptanz der Frauenemanzipation:

„Seit es das Auto gibt ...

Gibt es keine unverständenen Frauen,
Keine Augen mehr, die melancholisch schauen
Nach dem Seelenfreund, der wahrhaft liebt.

Seit sie ihren Führerschein erwarb,
Will sie nicht mehr die rätselhafte Sphinx sein,
Hierfür ist für sie ja allerdings kein
Grund mehr, da die leere Sehnsucht starb.

Heute weiß sie, was sie will,
Und ihr Ziel steht immer klar vor den Augen.
Dinge die als Ideal nur taugen,
Geben ihrem Herzen keinen ‚thrill‘.

Nur gelegentlich – bei einer Panne,
Sitzt sie manchmal still auf leeren Straßen –
Fühlt sich unverstanden und verlassen,
Und dann träumt sie von dem starken Manne. ...“⁴³⁶

Das Autofahren wurde von den Frauen auch als Sport entdeckt. Die Frau am Steuer lenkte zielbewusst nicht nur das Auto, sondern auch ihr Leben. Dies ist ein besonders wichtiger Aspekt, denn anders als bei Schreibmaschine oder Küchenroboter, die von der Frau *bedient* wurden, übernahm die Frau als Autofahrerin eine aktive Rolle. Sie lenkte kontrolliert die Technik, die ihr zu folgen hatte. Bertschik

⁴³⁴ Hauser, Heinrich, zitiert nach: Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*. a. a. O., S. 248.

⁴³⁵ Ebenda, S. 247.

⁴³⁶ Anita: *Seit es das Auto gibt*: In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 3, (November) 1930, S. 6.

spricht sogar von der „*Antromorphisierung der Maschine als individuellem Fortbewegungsmittel*“⁴³⁷. Weiter heißt es:

„Neben der immer noch ungewohnten sportlichen Betätigung von Frauen kreiert also vor allem die moderne Technik, zu der insbesondere die berufstätige Frau jetzt vermehrt Zugang hat, die Vorstellung von weiblichen Mischwesen zwischen Mensch und Maschine, Körper und Automobil.“⁴³⁸

Diese Verschmelzung von Mensch und Maschine verweist gleichzeitig auf die erotisierende Wirkung, die man der rauschhaften Schnelligkeit einer Autofahrt gerne zusprach. Schütz stellt sogar fest, dass die „*Werbung für das Auto*“ ein regelrechtes „*Werben um das Auto*“ (wie um eine Frau) darstellte.⁴³⁹ Im Autofahren findet die Emanzipation der Frau ihren eigentlichen Ausdruck, folgerichtig wird das Auto zum „*Beziehungssymbol zwischen Mann und Frau*“⁴⁴⁰.

Das Phänomen der *Neuen Frau* war an einen konkreten sozio-historischen Kontext gebunden und ist daher auch nur in diesem Kontext zu verstehen. Die modernen Massenmedien spielten eine maßgebliche Rolle bei der Popularisierung dieser Erscheinungsform und übten starken Einfluss auf all jene Frauen aus, die sich selbst als *modern* betrachteten oder als *modern* betrachtet werden wollten. Dies betraf nicht nur Äußerlichkeiten, sondern den gesamten Lebensstil. Die *Neue Frau* war die Trägerin der *Modernisierung* und gleichzeitig ein Medien- und Werbeobjekt.

⁴³⁷ Ebenda, S. 248.

⁴³⁸ Ebenda, S. 246.

⁴³⁹ Schütz, Erhard: *Romane der Weimarer Republik*. a. a. O., S. 75.

⁴⁴⁰ Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*. a. a. O., S. 249.

5 *Amerikanisierte* = feminisierte Gesellschaft?

Zur Wahrnehmung und Darstellung der Amerikanerin im deutschen Feuilleton von 1918 bis 1938

Anders als in Europa galt die Emanzipation der Frau in Amerika aus deutscher Sicht als abgeschlossen; daher war der in Deutschland geführte Diskurs über die *Feminisierung* der Gesellschaft auch Bestandteil jener Debatten über die *Amerikanisierung*. Da die Emanzipation weitreichende gesellschaftliche Folgen hatte, wurde sie in Deutschland mit Besorgnis beobachtet.

Im Mittelpunkt meines Interesses stehen die Darstellung der US-Amerikanerin und die Fragestellung, inwiefern deren Image auch die Wahrnehmung der *Neuen Frau* prägte. Wie sich bereits zeigte, waren Perzeption und Darstellung der amerikanischen Frau in der Zwischenkriegszeit stark typisiert und klischeehaft. Einerseits wurde sie als eine starke, selbstbewusste und aktive Frau wahrgenommen, die eine wichtige Rolle innerhalb der US-amerikanischen Gesellschaft spielte. Andererseits wurde sie als eine oberflächliche Person dargestellt, die in erster Linie über einen gut entwickelten Geschäftssinn verfügt. Die Amerikanerin war einerseits Emanzipationsvorbild, andererseits ein Beispiel für eine Art negative Verselbstständigung.

In den 1920er-Jahren führten die Kriegsfolgen, die umfangreichen Veränderungen im Zuge des *Modernisierungsprozesses* sowie die Frauenemanzipation zu einer Krise der Männlichkeit. Die USA waren das Modell für den wirtschaftlichen Wiederaufbau, aber kein Vorbild im kulturellen Bereich (vgl. 2. Kapitel). Da man in Europa überzeugt war, dass die US-amerikanische Gesellschaft durch und durch *verweiblicht* sei, fürchteten Konservative, Amerikakritiker und Antifeministen, dass die *Amerikanisierung* der deutschen Gesellschaft gleichermaßen deren *Feminisierung* wäre. Es wurden sogar Stimmen laut, die eine Befreiung des US-Amerikaners von der Vorherrschaft der Frau, d. h. also eine *Männeremanzipation*, propagierten. Doch abgesehen von den meist klischeehaften Darstellungen der Amerikanerin gab es durchaus auch Autoren, die eben diese Klischees hinterfragten und sich kritisch mit ihnen auseinandersetzten. Als Beispiel kann das folgende Zitat dienen, das die negative Typisierung der Amerikanerin ins rechte Licht rückt: „Jedenfalls sollten wir den Gedanken aufgeben, daß das amerikanische Mädchen seelenloser, oberflächlicher und egoistischer geboren wird als die Europäerin!“⁴⁴¹

⁴⁴¹ Gropius, Ilse: *Wie sieht die New-Yorkerin aus?* In: *Die Dame*, Jg. 56, H. 4, (November) 1928, S. 85.

Wie im vorangegangenen Kapitel gezeigt wurde, bestand in den 1920er-Jahren eine starke Tendenz zur Uniformierung des Schönheitsideals, wozu die Medien erheblich beitrugen. Diese Vereinheitlichung des Geschmacks thematisierte Alexander Lernet-Holenia 1931 in der *neuen linie* mit Sorge: „*Es breitet sich das Kollektivistische sogar schon auf dem Gebiet des Ästhetischen aus.*“⁴⁴² Dies ließ ihn zu der Schlussfolgerung kommen: „*Es wird alles entweder bolschewisiert oder amerikanisiert werden.*“⁴⁴³ Seine Aussage ist insofern interessant, weil sie darauf hinweist, dass es in der Zwischenkriegszeit zwei konträre Gesellschaftsmodelle gab, die für viele Zukunftsvisionen als wegweisend galten: das amerikanische und das sowjetische (vgl. 8. Kapitel). Beide Entwürfe assoziierte man in Europa mit einer Uniformierung aller Lebensbereiche.

Beim Vergleich der deutschen Frau mit der Amerikanerin wurden die jeweilige gesellschaftliche Stellung, das Äußere und das Verhalten gegenübergestellt, wie im Folgenden gezeigt wird. Hierbei muss betont werden, dass es sich um stark typisierte Darstellungen sowohl der Amerikanerin als auch der Deutschen handelte. Letztlich ging die Amerikanerin als die emanzipierte moderne Frau schlechthin daraus hervor.

5.1 Die Neue Frau ein Mannweib? Von der Vermännlichung der Frau

Der soziale Aufstieg der Frau in Deutschland nach 1918 führte zu einer regen Diskussion über die Veränderung der Geschlechterrollen. Tradierte Rollenbilder und -aufgaben wurden aufgebrochen und neue Inhalte dagegengesetzt, was zu einem vehement geführten öffentlichen Diskurs über die Emanzipation führte. Dass sich in den 1920er-Jahren viele Frauen in der modernen Gesellschaft neu verorteten und dies zu weitreichenden Veränderungen führte, spiegelt sich auch in ihrem Verhalten und Auftreten. Das wiederum entfachte eine Debatte über die *Vermännlichung* der Frau und die *Verweiblichung* des Mannes, die zugleich als Warnung gelten sollte. Als *vermännlicht* galten jene Frauen, die dem weiblichen Ideal aus dem 19. Jahrhundert nicht mehr entsprachen. Ihre vermeintliche *Maskulinisierung* manifestierte sich am offensichtlichsten in einer Mode, die sich den Bedürfnissen der modernen berufstätigen Frau angepasst hatte. Wie Severit feststellt, wurde der *Modediskurs* um die Jahrhundertwende zum *Geschlechterdiskurs*. Ausgelöst wurde dies da-

⁴⁴² Lernet-Holenia, Alexander: *Die Schönheit der Greta Garbo*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 8, (April) 1931, S. 12.

⁴⁴³ Ebenda.

durch, dass die Zweckmäßigkeit der Kleidung in den Vordergrund trat und sich die Frauenmode von der Herrenmode inspirieren ließ. Allerdings war um 1910 eine Hose als Frauenbekleidung beispielsweise schlichtweg ein Skandal. Und auch während der 20er-Jahre war sie noch kein üblicher Bestandteil der Frauengarderobe, jedoch wurde sie bereits weitgehend akzeptiert. Erst in den 30er-Jahren machte Marlene Dietrich die Hose schließlich salontauglich. Severit behauptet: *„Die Frauen griffen nach maskulinisierter Kleidung oder gleich zum Männeranzug, um ihre Jugendlichkeit in knabenhaftem Auftreten unter Beweis zu stellen.“*⁴⁴⁴ Obwohl männliche Kleidung, d. h. Hosen, Sakkos u. ä., nicht zur Alltagskleidung zählten, gab es Frauen, die diese Kleidung als Statement ihrer neuen Identität zur Schau trugen. Traditionalisten und Antifeministen befürchteten deshalb eine *Nivellierung* der Geschlechter: *„Von Antifeministen und Antifeministinnen allerdings wurde die maskulinisierte Mode zum Anlaß genommen, der Frau die Fähigkeit einer weiblichen Identitätsausbildung abzusprechen.“*⁴⁴⁵

Diese konservative Position änderte jedoch nichts daran, dass sich die moderne Mode den Bedürfnissen der arbeitenden Frauen anpasste und dass diese Frauen sie trugen, ohne den Verlust ihrer Weiblichkeit zu befürchten. Vielmehr drehten jene Frauen den Spieß geradezu um: Sie ließen sich nicht mehr von der Mode instrumentalisieren, um einem Weiblichkeitsideal zu entsprechen, sondern nutzen die Mode für ihre eigenen Zwecke.

5.2 Das Girl

Die *Neue Frau* war natürlich kein homogener Korpus; der Begriff diente vielmehr dazu, verschiedene Typen von modernen Frauen zusammenzufassen. So gab es beispielsweise den *Gretchen*-, *Girl*- und *Garçonne-Typus*⁴⁴⁶. Das Phänomen der *Garçonne* trat vor allem während des Ersten Weltkriegs auf, aus einer Notlage heraus. 1927 wird sie in der *Dame* folgendermaßen charakterisiert: *„Die Frau im Feld, die sich eine Uniform anzog und die Haare abschnitt, war die erste, die mit dem Schicksal des Mannes auch sein Aussehen teilen wollte.“*⁴⁴⁷

⁴⁴⁴ Allesch, Ea von; Severit, Frauke: a. a. O., S. 178.

⁴⁴⁵ Ebenda, S. 179.

⁴⁴⁶ Vgl. Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*. a. a. O., S. 181.

⁴⁴⁷ K.: *Vom Puppengesicht zum Charakterkopf. Wandlungen des Frauenideals*. In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 16, (Mai) 1927, S. 3.

Einen äußerlich entgegengesetzten Typ dazu verkörperte das *Girl*. Der Unterschied zwischen beiden bestand im Erscheinungsbild: Die eine betonte ihre weiblichen Attribute mitunter übermäßig, die andere wiederum inszenierte sich besonders männlich. Das *Girl* war agil und sportlich, die *Garçonne* bequem. Was sie aber verband, waren die Charaktereigenschaften der *Neuen Frau*: Selbstbewusstsein, Zielstrebigkeit und Sachlichkeit.

*„Die Frau sollte die Menschenverluste ausgleichen, dabei war sie mehr als je zu Berufstätigkeit gezwungen. Es konkurrierten das sportlich und tänzerisch ertüchtigte ‚Girl‘ und die sich selbst erhaltende Garçonne. Das Girl schien zu siegen, der Triumph dieses langbeinigen, wohlgebauten, kirschmündigen und guckäugigen Mädchens schien nichts mehr aufzuhalten. Eine Gesellschaft moderner Frauengestalten, gleich schlank, gleich biegsam, gleich kurzgeschnürt, gleich gebobt, bemalt und mit bunten Steinen geziert, war ästhetisch vollkommen – aber erschreckend durch die unpersönliche Wiederholung der gleich süßen Gesichter.“*⁴⁴⁸

Das *Girl* kam mit der Revue nach Deutschland und wurde als *amerikanischer* Frauentyp wahrgenommen. So behauptet es auch Fritz Giese in seiner Kritik des *Girls* von 1925. Er konstatierte: *„[Die] Girlidee stimmt mit der Typologie der Amerikanerin im Beruf zusammen, also der Frau, die nicht nur in der Mutterschaft den Beruf finden kann und will.“*⁴⁴⁹ Siegfried Kracauer versteht das *Girl* als Vorreiterin einer Entwicklung, die von der Auflösung des Individuums hin zu einer organisierten Masse führt, wie er in seinem Aufsatz *Das Ornament der Masse* schreibt:

*„Mit Tillergirls hat es begonnen. Diese Produkte der amerikanischen Zerstreuungsfabriken sind keine einzelnen Mädchen mehr, sondern unauflösliche Mädchenkomplexe, deren Bewegungen mathematische Demonstrationen sind. [...] Als Massenglieder allein, nicht als Individuen, die von innen her geformt zu sein glauben, sind die Menschen Bruchteile einer Figur.“*⁴⁵⁰

Die Kritik am *Girl* war Bestandteil der Kritik an der Massengesellschaft im Allgemeinen. Beklagt wurde dabei, dass das Individuum in der Gesellschaft keine Rolle mehr spiele, dass Kunst und Unterhaltung nur dem bewährten Massengeschmack folgen, dessen Ausdruck die *Girls* repräsentieren. Denn gerade die *Girls* waren nur als *Masse* denkbar: So tanzten sie z. B. spärlich bekleidet vor ihrem Publikum in Formationen, die sie als einen einzigen Organismus erscheinen ließen. Ihre Bewegungen waren dabei technisch perfekt, wurden gleichzeitig ausgeführt und

⁴⁴⁸ Ebenda.

⁴⁴⁹ Giese, Fritz: *Girlkultur. Vergleiche zwischen amerikanischem und europäischem Rhythmus und Lebensgefühl*. München, 1925, S. 97. Giese beschrieb die *Girls*, die den modernen Frauentypus verkörperten, als Produkt der Rationalisierung und Amerikanisierung.

⁴⁵⁰ Kracauer, Siegfried: *Der verbotene Blick. Beobachtungen, Analysen, Kritiken*. Reclam Verlag Leipzig, 1992, S. 158. Vgl. hierzu auch: Beuth, Kirsten: *Die wilde Zeit der schönen Beine. Die inszenierte Frau als Körper-Masse*. In: Sykora, Katharina (Hg.): a. a. O., S. 97.

erinnerten an eine militärische Vorführung, wodurch die Nacktheit der einzelnen, nahezu identischen Körper zurücktrat. Ähnlich bewertete auch Fred Hildenbrandt die *Girls*, die er 1924 im *Berliner Tageblatt* ironisch als unkünstlerisch, aber gefällig charakterisierte:

„Die *Girls* sind das Ballett von neunzehnhundertvierundzwanzig, mit Tanz haben sie wenig zu tun, also auch mit Kunst wenig; jedoch sind sie, wenn sie bis in die Fingerspitzen eingespielt sind, ein Wohlgefallen genau so, wie die hinter der Musikkapelle rhythmisch leise auf und abwogende Kompanie Soldaten ein ästhetisches Wohlgefallen war. [...] Beine, Arme, Mäulchen, Bubiköpfe.“⁴⁵¹

Trotz der Tatsache, dass die *Girls* von den Kulturkritikern abgelehnt wurden, erfreuten sie sich großer Beliebtheit seitens des Publikums. Für viele junge Frauen wurde ein Engagement als *Revuegirls* zum Traumberuf, von dem sie sich eine anschließende Karriere beim Film versprachen. „[...] *Mannequins, Barfrauen, Haustöchter, alle sind vom Revuetaumel gepackt und wollen sich in den Strudel der Romantik stürzen, für eine ganze Mark pro Abend, um der Sehnsucht Willen, [...]*.“⁴⁵²

Der Typus des *Girls* erlebte seinen Höhepunkt während der 1920er-Jahre, um 1930 galt er bereits als unzeitgemäß. Dies bezeugt auch das folgende Zitat aus der *neuen Linie*, in dem es heißt: „Das *Girl* – jenes knabenhaft – schlanke, sportmäßige Geschöpf – ist überwunden, es hat sich selbst überlebt. An seine Stelle tritt die *Dame*, deren *Grazie* und *Anmut* Attribute ihres Wesens sind.“⁴⁵³

5.3 Die geistige Frau

Ein von vielen Zeitgenossen idealisierter weiblicher Typus, der die beiden vorangegangenen übertraf, war die so genannte *geistige Frau*, die sowohl schön als auch gebildet war. Bei diesem Idealvereinten sich die klassisch weiblichen Eigenschaften einer *Dame* mit den Merkmalen einer *modernen* Frau. Als Prototypen solch einer *geistigen Frau* präsentiert *Die Dame* die Amerikanerinnen Gwen Lee (Shooting-Star), Anita Loos (Schriftstellerin), Marie Blair (Schauspielerin) und Henriette Wyeth (Malerin und Innendekorateurin). Auffällig ist hierbei, dass neben der Bildung und Berufstätigkeit der *geistigen Frauen* gleichzeitig auch deren Gepflegtheit betont

⁴⁵¹ Hildenbrandt, Fred: *Girls*. In: *BT*, 29.12.1924, AA. Und: Polgar, Alfred: *Girls*. In: *Die Dame*, Jg. 53, (April) 1926, H. 14, S. 2.

⁴⁵² Lenz, Gert: *Noch und noch, an, aus ... „Girls gesucht“*. In: *BT*, 28.8.1928, MA.

⁴⁵³ Anonym: *Mode: Metamorphose des Girl*. In: *die neue Linie*, Jg. I, H. 6, (Februar) 1930, S. 28. Vgl. auch: Haase, Birgit: *Metamorphose des Girl. Tendenzen der Damenmode in der späten Weimarer Republik*. In: Berger, Ursel; Dollenmaier, Verena: a. a. O., S. 27 - 44.

wird, die ihre weiblichen Reize unterstreicht. Somit wird deutlich gemacht, dass eine intellektuelle und erfolgreiche Frau kein *Mannweib* sein muss. Bemerkenswert ist ferner, dass – trotz aller Vorurteile – gerade die USA als Ursprungsland dieses Frauentyps bezeichnet wird.

„Und plötzlich wandelt sich aus Überdruß der Geschmack. Das Girl stirbt an seiner Lange-
weile, und den Thron der Frauenschönheit besteigt die geistige Frau. Ob sie im Büro, im Ge-
schäft, in der Universität, im Sport oder in der Kunst tätig ist, sie hat sich ästhetisch doch
nicht vernachlässigt. Denn sie ist lebenskundig genug, um zu wissen, daß sie in ihrer neuen
Selbständigkeit allenfalls auf die Ehe verzichten kann, aber trotzdem um den Mann kämpfen
muß. So hat auch sie sich schön gemacht. Aber sie ist nicht nur hübsch, sondern auch ge-
scheit, persönlich, sie trägt nicht mehr die Larve der glatten Niedlichkeit, sondern den Cha-
rakter ihres Menschentums im Antlitz. Das vergeistigte Frauengesicht fängt an, heute als
das schönste zu gelten. Merkwürdigerweise ist es gerade Amerika, die Heimat der Girls, das
sich am schnellsten zur intellektuellen Schönheit bekennt, so sehr, daß man drüben im Film
schon Spezialistinnen für diesen neuen intellektuellen Erfolgstypus sucht und ausbildet.“⁴⁵⁴

An den dargestellten Frauentypen lässt sich genau beobachten, wie sehr das weibliche Ideal den Bedürfnissen der Zeit entspricht und der Mode unterworfen ist. Von besonderer Bedeutung ist im Kontext dieser Arbeit, dass die USA für beide gegen-
sätzliche Typen, sowohl für das *Girl* wie auch für die *geistige Frau*, als Herkunftsort galt. Dies stützt meine These, dass die Amerikanerin für die deutsche *Neue Frau* als das Vorbild schlechthin diene. Dabei fällt auf, dass Klischees und Leitbilder nach Belieben geändert wurden, je nachdem, was gerade besonders passend erschien oder den eigenen Wünschen und Bedürfnissen am meisten entsprach.

Dennoch wurde stets eines deutlich: Die *moderne* Frau unterschied sich grundlegend von der einstigen *femme fragile*. Sie war nicht mehr zart und bedürftig, sie war selbstbewusst und unabhängig – und trotzdem auf eine neue Art feminin. Dementsprechend heißt es im *Berliner Tageblatt*: „Die Frau vermännlicht nicht. Sie wird nur ein selbständiges Wesen.“⁴⁵⁵

5.4 Feminisierung des Mannes

Im Diskurs über die *Vermännlichung* der Frau wurde auch die *Feminisierung des Mannes* thematisiert. Die Frauenemanzipation erschütterte das seit Jahrhunderten tradierte Verhältnis zwischen Frau und Mann. Der allmähliche Verlust der gesellschaftlichen Position sowie der Konkurrenzkampf um den Arbeitsplatz führten dazu, dass die *Männlichkeit* in eine Krise geriet. Männer mussten sich mit der Verän-

⁴⁵⁴ K.: *Vom Puppengesicht zum Charakterkopf. Wandlungen des Frauenideals*. a. a. O., S. 4.

⁴⁵⁵ Schwabach, Erik Ernst: *Die Revolutionierung der Frau*. In: *BT*, 20.5.1928, MA.

derung ihrer Rolle innerhalb der modernen Industriegesellschaft auseinandersetzen und gleichzeitig eine Position gegenüber der *Neuen Frau* beziehen. Klassische männliche Attribute – wie Ritterlichkeit, Stärke oder Sicherheit – waren nicht mehr erwünscht, weil die Frau nun selbst für sich sorgen konnte. 1923 hieß es diesbezüglich:

*„Er ist nicht mehr der Beschützer der Schwachen, der Fürsorger der Hilflosen, der Glückssponder der Einsamen, den seine Machtstellung, Güte des Herzens und Aufopferung der physischen Kraft zur sittlichen Pflicht machte.“*⁴⁵⁶

Die Männer waren plötzlich gezwungen, ihre Einstellung gegenüber der Frau grundlegend zu ändern und für sich selbst eine neue Daseinsberechtigung zu finden. Als logische Schlussfolgerung würde sich die *Emanzipation* des Mannes anbieten. Der Mann blieb zunächst nur Beobachter der Tatsache, dass Frauen ihre Gleichberechtigung einforderten, aber diese Veränderung erforderte auch von ihm aktives Handeln:

*„Seit zwei Generationen emanzipieren sich die Frauen unaufhaltsam. [...] Der Mann sieht sich seit einer guten Weile alles mit an – belustigt, verärgert, erstaunt, ablehnend, bewundernd, achselzuckend oder mit Unbehagen. Während die Frau sich in vielen Dingen von Grund auf veränderte, ist er der gleiche geblieben. Und nun haben sie keine Verständigungssprache mehr. [...] Der Mann will sich gleichfalls emanzipieren. Er wird vielleicht zum Ausgleich femininer werden oder verstärkt männlich. Seine Einstellung der Frau gegenüber wird sich radikal ändern, da die bisherige einseitige Entwicklung zu einer großen Verwicklung geführt hat.“*⁴⁵⁷

Wie sich die *Vermännlichung* der Frau äußerte, habe ich bereits zu schildern versucht, doch woran war die *Feminisierung* eines Mannes zu erkennen? Zahlreiche zeitgenössische Texte im Feuilleton geben diesbezüglich zumindest ein Ideal vor: Der *emanzipierte* und *moderne* Mann ist nicht mehr „Beschützer“ und „Fürsorger“ von Frau und Familie, sondern er ist ein verständnisvoller und unterstützender Partner, der die Frau als Gleichberechtigte wahrnimmt. Dieses Bild des modernen Mannes bekräftigt meine These, dass die Emanzipation der Frau einen grundlegenden gesellschaftlichen Wandel nach sich zog, der die traditionellen Rollen von Mann und Frau ins Wanken brachte und völlig neue Anforderungen an beide Geschlechter stellte.

⁴⁵⁶ Auer, Matthias: *Die Emanzipation des Mannes*. In: *BT*, 17.8.1923, MA.

⁴⁵⁷ Anita: *Die bevorstehende Männeremanzipation*. In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 10, (Februar) 1927, S. 48.

5.5 Der Ehediskurs

Eine Konsequenz dieses Wandels war ein ausgedehnter Diskurs über die gesellschaftlichen Rollen von Mann und Frau im Allgemeinen und auch über die Bedeutung der „*Institution Ehe*“ im Speziellen. Denn die berufstätige, finanziell unabhängige Frau war nicht mehr ausschließlich auf eine Ehe angewiesen, um sich ihren Lebensunterhalt zu sichern. Viele Frauen blieben länger *Junggesellin* als zuvor üblich (vgl. 4. Kapitel), und die Heirat stand nicht mehr im Zentrum ihres Interesses. Zahlreiche Texte in den hier untersuchten Primärquellen bezeugen die Bedeutung dieser Thematik. So heißt es z. B. 1930:

*„Diskussionen in der Ehe hat es von jeher gegeben – aktuell sind Diskussionen über die Ehe. [...] Liebe und Ehe sind wissenschaftlich bis ins kleinste Atom zerlegt, man kennt alles, was ihren Bestand, respektive Unbestand ausmacht. [...] Jeden Monat meldet ein neuer Erfinder ein neues Patent für glückliche Ehen an. [...] Erstaunlich ist nur, dass nach so viel Erkenntnissen die Liebe weder größer noch intensiver geworden ist. [...] Der Unterschied liegt nur in der Massenaufklärung der Jetztzeit gegenüber der Detailaufklärung früherer Epochen.“*⁴⁵⁸

Im Text wird zudem der Unterschied zwischen zwei Frauengenerationen betont, zwischen den Müttern und ihren „aufgeklärten“⁴⁵⁹ Töchtern. Die Töchter werden als selbstbewusst in ihrer Beziehung zu Männern beschrieben, und ihr Verhalten als tonangebend. Jedoch hat auch die junge Frauengeneration mit Problemen zu kämpfen, da sie erst einen Weg finden muss, um die neu erworbene Autonomie mit der Partnerschaft in Einklang zu bringen. Die Generation der *Neuen Frau* war zwar sexuell aufgeklärt und unabhängiger als die Frauengeneration vor ihr, dennoch war sie weiterhin an Ideale und Sehnsüchte gebunden, die traditionell das *Ehemodell* einzulösen hatte.

*„Das erfahrenste Wesen mit apodiktischer Sicherheit ist heutzutage das junge Mädchen. Sie fühlt, wie ihre Mutter zu ihr hinaufsieht, wie sie sie bewundert, beneidet und ihr nacheifert. Ihr Selbstbewußtsein ist erheblich dadurch gestärkt, daß ihr Typ tonangebend für Frauen jeden Alters geworden ist. Sie kennt kein Hangen und Bangen, keine Passivität. Sie ist aufgeklärt, angriffsbereit und kampffertig. Bis – nun ja, bis sie merkt, daß ihr der offene Feind fehlt, der Partner.“*⁴⁶⁰

Der Mann wurde als passiver oder auch ratloser Beobachter der Frauenemanzipation dargestellt, der sich seinerseits wenig veränderte. Denn: „*Der Mann ist kein*

⁴⁵⁸ Anita: *Lebensstil von 1930: Generalproben zu neuer Liebe*. In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 19, (Juni) 1930, S. 6.

⁴⁵⁹ Ebenda.

⁴⁶⁰ Ebenda.

*Freund von Veränderungen.*⁴⁶¹ Die Erwartungshaltung der Frau ihm gegenüber war jedoch gewachsen, sie wünschte sich nicht mehr nur einen Versorger, sondern auch einen ebenbürtigen Partner, der bereit wäre, sie als selbständiges Wesen zu akzeptieren. Welche Herausforderungen dies für Männer mit sich brachte, schildert *Die Dame* ebenfalls, mit ironischer Überspitzung:

*„Die Frau letzter Prägung verlangt von ihm gleiche Rechte und außerdem die vielen reizenden Vorrechte und Unrechte aus mittelalterlichen Troubadourzeiten. Sie will ihm Kameradin, Königin, Kommilitone, Cameliendame, Chef, Lehrling sein. Er soll mit ihr umgehen zeitweise wie Ritter und zeitweise wie ein GmbH-Kompagnon.“*⁴⁶²

Das neue Beziehungsideal wurde nicht mehr von romantischen Gefühlen und traditionellen Tugenden bestimmt; die Frau war nicht mehr das zarte, folgsame und abhängige Wesen. Das Ideal einer *modernen* Beziehung beschreibt *Die Dame* so: *„Kameradschaft auf Basis von Liebe wäre ein Idealzustand. Liebe auf Basis von Kameradschaft gedeiht sehr selten.“*⁴⁶³

In diesem Zusammenhang steht die Warnung vor vermeintlich *amerikanischen* Verhältnissen: *„[...] Freiheit der Frau und duldende Haltung des Mannes – Amerika – im Ergebnis: falsch.“*⁴⁶⁴ Als so genannter *Kulturfeminismus* wird eine solche Bedrohung beschrieben, vor der Europa bzw. Deutschland zu bewahren sei. Dementsprechend heißt es 1922: *„Amerika gilt allgemein für das Dorado der Frau, auch der Ehefrau.“*⁴⁶⁵

5.6 Die Amerikanerin als Prototyp der emanzipierten Frau

Die US-Amerikanerin galt als Prototyp der emanzipierten Frau; diese Sichtweise zeigt sich besonders in der *Dame* und im *Berliner Tageblatt*. In der *neuen linie* wurde nur wenig über sie berichtet, weil sich die Zeitschrift vorrangig Themen aus Deutschland widmete.

In den 1920ern *„beobachtete [man eine] relative Dominanz der Amerikanerin in der geistigen Kultur und fasste diese unter dem Begriff ‚Kulturfeminismus‘ [zusammen]“*⁴⁶⁶. Folglich wurde befürchtet, dass die *Amerikanisierung* gleichzeitig eine

⁴⁶¹ Ebenda.

⁴⁶² Ebenda.

⁴⁶³ Ebenda.

⁴⁶⁴ Ebenda.

⁴⁶⁵ Anonym: *Kurze lustige Geschichten aus dem Leben der Frauen in den USA*. In: *Die Dame*, Jg. 49, H. 23, (September)1922, S. 38.

⁴⁶⁶ Beuth, Kirsten: a. a. O., S. 98.

unerwünschte *Feminisierung* der deutschen Gesellschaft zur Folge haben würde. Beuth ist der Auffassung, dass die Amerikanerin während der Kolonisierung der USA „Mangelware“ war und dadurch „in besonderer Weise idealisiert“ wurde, gleichzeitig „die Gesellschaft durch ihre sozialen und geistigen Normen [besonders prägte]“⁴⁶⁷. Die Vorstellung von der feminisierten amerikanischen Kultur gründete unter anderem darauf, dass in den Schulen der USA Kinder beider Geschlechter von Frauen als Lehrerin beide Geschlechter unterrichtet wurden, was im damaligen Europa nicht üblich war. Männer hätten somit schon als kleine Jungen allein eine *feminine* Sicht auf die Dinge erlernt.

„Die normale Vorstellungskraft des Europäers sieht Amerika in der Gestalt eines Mannes. [...] Jedenfalls ist ihm Amerika ein extrem maskuliner Begriff, ein ausgesprochenes Männerland, wo die Frau bestimmungslos auf dem Thron der Verhätschelung sitzt. Und doch wäre es viel richtiger, Amerika weiblich zu sehen, ja viele seiner Erscheinungsformen kann man überhaupt nur aus der Weiblichkeit (beileibe nicht Effeminiertheit) seiner Kultur und seines öffentlichen Geistes verstehen. Denn die große Anfangstatsache, die Amerikas ganzen Entwicklungsgang bestimmt, ist die, daß die Amerikaner heute eine fast ausschließlich von Frauen unterrichtete, erzogene und unterwiesene Nation sind.“⁴⁶⁸

Die Hauptthese des kulturellen Antiamerikanismus fundierte darauf, dass die *amerikanische* Kultur, d. h. die *Massenkultur*, eine weibliche und somit im Vergleich zur deutschen männlichen *Hochkultur* eine *niedere* Kultur sei. Denn sie galt – ganz im Gegensatz zur deutschen – als oberflächlich, materialistisch ausgerichtet und als lediglich an Modeerscheinungen orientiert. Es hieß: „So ist die Frau heute die alleinige Richterin über alle kulturellen, geistigen und ästhetischen Lebensformen Amerikas, und aus ihrer Psychologie, aus ihren Sympathien, erklärt sich fast alles.“⁴⁶⁹ Die Kulturkritik im Bezug auf die *Amerikanisierung* kann daher gleichzeitig als Kritik an der Frauenemanzipation verstanden werden. Deren Vertreter betrachteten die USA als das Land, in dem durch den dominanten Einfluss der Frau die *gute alte Ordnung* auf den Kopf gestellt worden war. Bewiesen sah man dies nicht allein in der sentimental und sensationslüsternen *Massenkultur*, auch die *hohe* Kultur wies *Feminines* auf. Man meinte darin einen „moralisierenden Zug“ und einen „Einschlag ins Praktisch-Erzieherische“⁴⁷⁰ zu erkennen. Es heißt aber auch:

⁴⁶⁷ Ebenda.

⁴⁶⁸ Kader, Gustav: *Amerikanisches. Die Wirkung der geistigen Vorherrschaft der Frau*. In: *Die Dame*, Jg. 51, H. 2, (Oktober) 1923, S. 6.

⁴⁶⁹ Ebenda.

⁴⁷⁰ Scheffauer, Hermann George: *Die Frau in der amerikanischen Kultur. Aus dem neuen Bande (Nr. 47) der Bücherreihe Wege zum Wissen: Das geistige Amerika von heute*. (Buchbesprechung) In: *Die Dame*, Jg. 53, H.3, (Oktober) 1925, S. 50. Es wird hier

„Diese dürre und verweiblichte Kultur ist trotzdem nur eine dünne Oberschicht – etwas Aufgetragenes und nicht Eingepprägtes, Verwurzeltes. Unter dieser Oberfläche ziehen die mächtigen Strömungen des Geschäftslebens; darüber heulen die Orkane des nervenzerreißenden Gesellschafts-, Sport-, Genuß- und Verkehrslebens, das sein banales, schreiendes Abbild in den Zeitungen findet.“⁴⁷¹

Diese Aussage lässt sich mehrfach deuten: Einerseits spiegelt sie die Überzeugung wider, dass die USA zwar *Zivilisation*, aber keine *Hochkultur* hervorgebracht haben. Weil aber gerade jene Massenkultur als dezidiert *amerikanisch* verstanden wurde und in Europa schnelle Verbreitung fand (vgl. 2. Kapitel), fürchtete man ihren *femininen*, d. h. nivellierenden Einfluss auf die eigene *Hochkultur*. Die Amerikanerin wurde als Trägerin dieser Kultur verstanden und deshalb im deutschen Feuilleton – ebenso wie der Amerikaner – als kulturlos verspottet (– was zumeist daran lag, dass die Kenntnis der wahren Kultur den Europäern vorenthalten blieb). Ein Beispiel für dieses Klischee bietet ein Text von Roda Roda, in dem er sich über das mangelnde kulturelle Wissen einer Amerikanerin mokiert:

„In einer Pariser Kunstaussstellung waren Handzeichnungen berühmter Künstler ausgestellt. Von wem sind diese Bilder?“, fragte eine Amerikanerin.
 „Von Cézanne.“
 „Ach, Suzanne, diese liebe kleine Suzanne! Daß sie bei dem vielen Tennis auch noch Zeit dazu findet!“⁴⁷²

Der Kultur- und Geschlechterdiskurs im deutschen Feuilleton weist insgesamt einen Trend auf: Die Frau wurde als Machthaberin und der Mann als ihr Opfer dargestellt. Letzterer gebe seine ganze Lebens- und Arbeitskraft, um den Launen und Forderungen einer geldgierigen, herrschsüchtigen Frau gerecht zu werden.

Der amerikanische Geschäftsmann war ein Vorbild für Rationalität, Geschäftssinn und Erfolg. Dieselben Eigenschaften stießen bei der Amerikanerin auf Ablehnung statt auf Bewunderung. Zwar galt sie als geschickt und geschäftstüchtig, doch wurde ihr dies als negatives Wesensmerkmal, als Gier, ausgelegt.

Aus deutscher Sicht schien die Emanzipation der Amerikanerin in den 1920er-Jahren erfolgreich abgeschlossen zu sein. Da man aber in Deutschland zu dieser Zeit erst begann, sich ernsthaft mit der Emanzipation der deutschen Frau und deren Folgen auseinanderzusetzen, ist es nicht verwunderlich, dass das amerikanische Moderne-Modell für einen Teil der Bevölkerung als Zukunftsvision erschreckend war. Bedrohlich wirkten die Berichte von US-amerikanischen Kulturkritikern und

behauptet, dass die gesamte US-amerikanische Literatur diese Tendenz aufweist, bis auf die Werke von Edgar Allen Poe, Walt Whitman und Sidney Lanier.

⁴⁷¹ Ebenda, S. 49.

⁴⁷² Roda Roda: *Suzanne*. In: *Die Dame*. Jg. 54, H. 26, (September) 1927, S. 3.

Antifeministen, wie z. B. jener von Halfeld, der die besondere Position der Frau in den Vereinigten Staaten folgendermaßen beschreibt:

*„Sie wird idealisiert, vergöttert und auf Händen getragen. Sie bezaubert und gängelt den plumpen, männlichen Primitiven, der für sie im Schweiß des Angesichts das viele Geld verdienen muß, während er ihr jeden Wunsch von den Lippen absieht – der das unglückliche Objekt ihrer Launen bildet, während er nichts so sehr wie ihre diktatorischen Ansprüche fürchtet.“*⁴⁷³

Der Glaube an die Vormachtstellung der Amerikanerin war im deutschen Feuilleton der 1920er- und -30er-Jahren weit verbreitet. Es schien für viele deutsche Autoren klar zu sein, dass die Amerikanerin eine viel prägendere Rolle für das Kultur- und Geistesleben der USA spielte als die deutsche Frau in Deutschland.⁴⁷⁴ Zudem galt *„[d]er amerikanische Mann als teilnahmsloser und verbindlicher Jasager“*⁴⁷⁵. Deshalb wurde die Amerikanerin von den männlichen Autoren des deutschen Feuilletons entweder karikiert oder als Bedrohung abgelehnt. Bei den Autorinnen dagegen wurde sie in erster Linie als Emanzipationsvorbild dargestellt.

Gerade weil die USA zu jener Zeit als erfolgreichste Nation eine unangefochtene Vorbildrolle inne hatten, ist es verständlich, dass es den Zeitgenossen Sorgen bereitete, welche Auswirkungen jene *amerikanischen* Verhältnisse auf den Rest der Welt haben würden. Denn damals stand man zum ersten Mal vor der Frage: *„Aber ist nicht die ganze Welt schon mehr oder weniger Amerika?“*⁴⁷⁶

5.7 Das Bild der Amerikanerin in den Zeitschriften *Die Dame* und die neue linie sowie im *Berliner Tageblatt* von 1918 bis 1933

Meine Auswertung der Quellen bestätigt die These, dass die US-amerikanische Frau ein Vorbild für die deutsche Frauenbewegung war (vgl. 4. Kapitel) und ihr Klischeebild für die Emanzipation im Allgemeinen. Vor allem die Medien prägten jenes Fantasieprodukt *Amerikanerin*, dem viele junge Frauen nacheiferten.

⁴⁷³ Halfeld, Adolf: a. a. O., S. 210.

⁴⁷⁴ Das trifft sowohl auf männliche wie weibliche Autoren zu, obwohl in den untersuchten Quellen verhältnismäßig wenige Texte zu diesem Thema von Frauen stammen. Als Beispiel für eine weibliche Sichtweise auf die Amerikanerin kann z. B. die von Alice Salomon dienen, welche sie in ihrem Buch wiedergibt, das Aufsätze von zwei USA-Reisen, eine im Sommer 1923 und eine im Winter 1924 beinhaltet. Salomon vertritt die Ansicht, dass die Amerikanerin in den USA eine Sonderposition genießt. Vgl. Salomon, Alice: *Kultur im Werden. Amerikanische Reiseindrücke*. Ullstein Berlin, 1924.

⁴⁷⁵ Ebenda, S. 209.

⁴⁷⁶ Höllriegel, Arnold: *Das Familienleben des Jazz-Zeitalters. Amerikanische Fälle und Probleme*. In: *BT*, 20.4.1928, MA.

Am häufigsten wurde es von 1918 bis 1933 in der *Dame* und im *Berliner Tageblatt* thematisiert. In der *neuen linie* waren verhältnismäßig wenige Texte darüber zu finden, was ein Ergebnis der Politik ist, die die *neue linie* verfolgte. In der *Dame* wurde die USA und die Amerikanerin auch nach 1933 thematisiert, wenn auch in geringerem Umfang. In der *neuen linie* sind zwar auch einige Berichte zu finden, allerdings nur selten, und wenn überhaupt, dann im Zusammenhang mit der *Feminisierung* der US-amerikanischen Gesellschaft.

Insgesamt sind drei große Themenbereiche festzustellen: die gesellschaftliche Rolle und Position, für typisch gehaltene Charakterzüge und das Äußere der Amerikanerin.

In der Vorstellung der Europäer war jene *Amerikanerin* zumeist eine weiße Frau aus der Mittel- oder Oberschicht. Obwohl man sich der Tatsache bewusst war, dass die Vereinigten Staaten ein multikulturelles Land waren, gab es nur wenige Frauen nicht weißer Hautfarbe, die in Europa überhaupt wahrgenommen wurden, schon gar nicht als Vorbilder, wie es z. B. der Tänzerin Josephine Baker gelang. Baker gastierte zweimal in Berlin und erfreute sich großen Zuspruchs beim deutschen Publikum.⁴⁷⁷ Wenn in den untersuchten Quellen über Afroamerikanerinnen berichtet wurde, was relativ selten der Fall war, handelte es sich meist um Sängerinnen, Tänzerinnen oder Revuestars. Bei ihrer Darstellung verband sich die Begeisterung für die moderne amerikanische Kultur, die sie repräsentierten, mit positivem Exotismus. Als exemplarisch kann der folgende Artikel über den Revuestar Florence Mills gelten. Nicht nur ihr Können und ihre Reize werden darin bewundert, sondern sie wird sogar mit weißen Revuestarstars verglichen, die sie in allem übertreffe:

„Florence Mills, die große Entdeckung der diesjährigen New-Yorker Saison. Sie ist Tänzerin, Soubrette, Parodistin, was man will. Und all dies in denkbar höchster Virtuosität und mit dem vollkommensten Geschmack. Sie hat die verfeinertste Bühnenkultur und die elementarste Natur zugleich. Sie ist in jeder Bewegung noch ganz erdhaften Körpers von einem Reiz, der keine der gefeierten weißen Revueschönheiten hat. Sie ist selber eine Schönheit des Wuchses und des Ganges, selbstverständlich mit einem gutgeschnittenen und gewellten Bubikopf [...].“⁴⁷⁸

⁴⁷⁷ Foto von Josephine Baker. In: *Die Dame*, Jg. 53, H. 24, (August) 1926, S. 23.

⁴⁷⁸ Anonym: *Florence Mills, der schwarze Bühnenstar Amerikas und ihre Revue*. In: *Die Dame*, Jg. 52, H. 11, (Februar) 1925, S. 6. In diesem Text wird zudem die Situation der Afroamerikaner und ihrer Varieté- und Revuebühnen in New York geschildert. Vgl. auch: *Die Neger-Sängerin und Tänzerin Aida Ward (von den Blackbirds)*. (Foto) In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 4, (November) 1927, S. 34.

5.7.1 Die Self-Made-Beauty

Das Aussehen, in dessen Gestaltung und Erhaltung die Amerikanerin viel Zeit und Mühe investierte, spielte in ihrem Leben – so weit die Überzeugung – eine zentrale Rolle. Sie galt als gepflegt, schlank, sportlich, gebräunt. Die Vorstellung von der vermeintlich typischen *Amerikanerin* illustriert auch die folgende Beschreibung der typischen New-Yorkerin von Alfred Kerr:

*„Frauen und Mädels nehmen make-up, oder Schminke, – obschon sie das nicht nötig haben. [...] Sie malen die Lippe an, färben die Wange. Brauen ziehen sie nach (Make up). So gehen sie abends allein aus. [...] Sie brauchen ‚reducing‘ Mittel, um schlank zu werden. Wälzen sich nackt von einem Ende des Zimmers zum anderen: um schlank zu bleiben.“*⁴⁷⁹

Insbesondere das stark geschminkte Gesicht – für europäische Verhältnisse viel zu auffällig – galt als Markenzeichen, denn nicht natürliche, sondern *gemachte* Schönheit galt als das moderne Schönheitsideal. Auffällig an dieser Schilderung ist jedoch, dass sie gleichermaßen auf die *Neue Frau* zutrifft. Denn das Äußere war nicht nur in den USA, sondern auch für die deutschen Angestellten elementar, teils als Mode, teils als Bekenntnis zum modernen Lebensstil, aber mehr noch als unverzichtbares Kapital im Kampf um den Arbeitsplatz, für den es nicht selten als Hauptqualifikation diente. Die Anforderungen an das äußere Erscheinungsbild stiegen in den 1920er-Jahren drastisch, was einerseits durch die Konfektion andererseits durch Medien gefördert wurde. Man kann von einem regelrechten Gesellschaftsdruck sprechen, dem Frauen, die sich als *modern* verstanden oder als solche verstanden werden wollten, ausgesetzt waren. So kann Ilse Gropius' Schilderung dessen, was in den USA Standard war, gleichzeitig als Prognose von Trends verstanden werden, die auch die Europäerin bzw. Deutsche ereilen würden:

*„Der gut gewachsene, geschmeidige, gepflegte Girltyp lebt nicht nur auf der Bühne, sondern beherrscht auch die Straße, denn die Frauen haben das Unmögliche möglich gemacht: Trotz des enervierenden Tempos der Stadt, trotz der aufregenden Arbeitskonkurrenz, trotz des unglaublich gehetzten Unterwegssein von einem Stadtende zum anderen und unter finanziellen Bedingungen, die durchaus nicht märchenhaft sind, bringen sie die Energie auf, Teint, Haare und Körper zu pflegen!“*⁴⁸⁰

Die Pflicht zum gepflegten Äußeren wird auch in den Beobachtungen von Vicki Baum deutlich, die sie in einem Feuilleton für *Die Dame* wiedergibt. Dieser Bericht über die amerikanische Mode bezieht sich nicht nur auf das Aussehen der durchschnittlichen Amerikanerin, sondern setzt sich darüber hinaus auch mit dessen

⁴⁷⁹ Kerr, Alfred: *Yankee Land. Zwischenspiel: Wesenszüge*. In: *BT*, 15.7.1924, MA.

⁴⁸⁰ Gropius, Ilse: a. a. O., S. 84.

Stellenwert auseinander. Für Baum scheint das Gepflegtsein in den USA keine Sozialschranken zu kennen; auf den ersten Blick sei eine Verkäuferin nicht von einer reichen Dame zu unterscheiden. Dem Druck, gut aussehen zu müssen, fühlten sich nicht nur Frauen, sondern auch Männer verpflichtet, und das ungeachtet ihres sozialen Status'. Es ist durchaus möglich, dass die Idee von der *Feminisierung* des US-amerikanischen Mannes teilweise darin begründet war, dass er zu viel Wert auf sein Äußeres legte. Baum verdeutlicht in ihrem Beitrag, wie ausgeprägt der Drang nach Schönheit und Gepflegtheit in Amerika war, macht aber gleichzeitig auf das unproportionale Verhältnis zwischen Schein und Sein innerhalb der Gesellschaft aufmerksam. Dessen Ausmaß schildert sie in einem anderen Text, der sich den Obdachlosen und Arbeitslosen aus einer armen New Yorker Gegend, der Bowery, widmet, die sich lieber für ein paar Cent rasieren ließen als sich für das Geld eine Bleibe zu suchen. Sie konstatiert nüchtern: „*Ich weiß jetzt, daß es hier wichtiger ist, Gesichtsmassage zu bekommen, als ein Nachtquartier zu besitzen.*“⁴⁸¹

Einen Grund für den hohen Stellenwert guten Aussehens sah man im „*modischen Snobismus*“, von dem die USA „*überflutet*“ seien.⁴⁸² Die Vorstellung von der idealen *Amerikanerin*, die in Film und Presse Verbreitung fand, erwies sich oft als dermaßen überspitzt, dass sie als Wunschgestalt, als Imagination demaskiert wurde. Das folgende Zitat beschreibt die *ideale Amerikanerin* so, wie sie von den Modezeitschriften dargestellt wurde und parodiert sie dabei als Konglomerat aus Schönheitsoperationen, gesunder Ernährung, Sport und Schminke. Den Text hatte *Die Dame* von der New Yorker Zeitschrift *Life* übernommen:

„*Lang und schlank, mit distinguierter Silhouette, von gesunder Gesichtsfarbe, die neun Stunden hält, ohne nachgefärbt werden zu müssen, sahneweiße Samtschultern, ein Näschen, das zu edelsten Proportionen zurechtoperiert wurde, verführerischer Augenglanz, der durch eine unschädliche, mit einem Bürstchen aufzutragende Flüssigkeit erzielt wird, ein schön geschwungener Mund, purpurn vom kußfesten Lippenstift, schöne ovale Fingernägel mit fashionablen Halbmonden, ein fältchenloses Pfirsichgesicht, das nie mit Wasser gewaschen wird, eine elastische Figur, die selbst bestimmt, wie alt sie sein will, und diese Venus behängt mit handschuhglatter Seidenwäsche, nahtlosen Seidenstrümpfen, die ein schlankes, liebliches Bein machen [...]*. So grotesk übertrieben die Schilderung klingt, so ist sie doch fast nur eine beglaubigte Abschrift aus den amerikanischen Modepublikationen und aus den Modeseiten der Tageszeitungen.“⁴⁸³

⁴⁸¹ Baum, Vicki: *Ein bisschen New York. Vom guten Aussehen*. In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 23, (August) 1931, S. 2.

⁴⁸² Vgl. K.: *Gut angezogen – aber nicht „am besten“ angezogen. Amerikanische Satire gegen modischen Snobismus*. In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 20, (Juli) 1927, S. 36. Und: „*Das beste amerikanische Witzblatt, die New Yorker Zeitschrift ‚Life‘ – vor vielen Jahren schon durch die ‚Gibson Girls‘ auch in Europa bekannt geworden (...)*“. Ebenda.

⁴⁸³ Ebenda.

Ungeachtet ihrer sozialen Stellung richteten sich US-Amerikanerinnen nach diesem Modell, daher war auf den ersten Blick ihr sozialer Status nicht erkennbar. Wichtig ist dabei das Moment des *Self-Made*, worin jede Amerikanerin Expertin war. Schönheit und Erfolg bildeten in der US-amerikanischen Gesellschaft – aber nicht nur in dieser – eine untrennbare Einheit, die mit einleuchtender Logik erklärt wurde: Die schöne Frau war der natürliche Gegenpart des erfolgreichen Geschäftsmannes⁴⁸⁴.

Obwohl die Vormachtstellung in der Mode seit dem 18. Jahrhundert der Französin gebührte, die sowohl in Europa wie in Amerika diesbezüglich den Ton angab, begann in den 1920ern auch die US-Amerikanerin für viele junge Frauen als modisches Vorbild zu gelten. Man kann sagen, dass sich die Amerikanerinnen nach der europäischen Mode richteten, die Europäerinnen hingegen nach der *amerikanischen* bzw. nach dem, was sie – durch den Einfluss von Filmen und Magazinen – dafür hielten. Die Kritiker hingegen verspotteten die US-amerikanischen Frauen nicht nur als Kulturbanausen sondern warfen ihnen auch vor, dass sie keinen Geschmack hätten. Da sie aber über genügend „*Golddollar*“⁴⁸⁵ verfügten, befürchtete man gleichwohl, dass sie auch den europäischen Geschmack verderben könnten, wenn dieser sich dem US-amerikanischen Schönheitssinn anpassen würde. Daher kann die Mode als weiteres wichtiges Feld der *Amerikanisierung* und der damit verbundenen Ängste verstanden werden.

5.7.2 Amerikanische Frauentypen

Im Feuilleton wurden vorrangig Idealfrauen beschrieben, sozusagen Kompilationen verschiedener Wunscheigenschaften. Im Hinblick darauf sind die Betrachtungen von Maurice Dekobra besonders wichtig, der 1930 in seiner Reihe mit dem Titel *Die Amazonen von drüben*⁴⁸⁶ in der *Dame* differenziertere Bilder von US-Amerikanerinnen quer durch verschiedene Altersstufen und soziale Rollen zeichnete. Dabei

⁴⁸⁴ „Die amerikanische Frauenschönheit ist nicht, das wurde hier schon gesagt, von Geburt und Herkunft abhängig, sondern am meisten von dem starken Erfolgssinn der amerikanischen Nation. In Amerika will jede Frau schön werden, weil dort die schöne Frau das Gegenstück des erfolgreichen Geschäftsmannes ist: ihnen beiden gehört das Leben mit all seinen Besitztümern.“ Anonym: Welches Land hat die schönsten Frauen. Die Geschichte eines englisch – amerikanischen Wettbewerbs. In: *Die Dame*, Jg. 49, H. 10, (Februar) 1922, S. 26.

⁴⁸⁵ Nachzulesen in: K.: *Gut angezogen – aber nicht „am besten“ angezogen. Amerikanische Satire gegen modischen Snobismus*. a. a. O., S. 36.

⁴⁸⁶ Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. I. Die Debütantin*. In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 17, (Mai) 1930, S. 69.

unterschied er sechs Gruppen: den „*Flapper*“⁴⁸⁷, den „*Vamp*“⁴⁸⁸, die „*Ratgeberin in Liebesangelegenheiten*“⁴⁸⁹, die „*Millionärin*“⁴⁹⁰, die „*Philantropin*“⁴⁹¹ und das „*College Girl*“⁴⁹². Dekobras Schilderung jener verschiedenen Typen ist gleichzeitig ein Querschnitt durch die US-amerikanische Gesellschaft und Kultur. Denn sie reflektiert beispielhaft den Zusammenhang zwischen der gesellschaftlichen Rolle der Frau und dem jeweiligen Lebensstil, den Ansichten und Werten ihres Kontextes. Zu den bedeutendsten *amerikanischen* Frauentypen zählt Dekobra jenen, der durch etliche Filme in Europa am meisten bekannt wurde: den *Flapper*. „*[D]as junge Mädchen der amerikanischen Gesellschaft*“⁴⁹³, das sich im Ausleben der Freiheit teilweise mit der deutschen Neuen Frau deckte, definierte Dekobra folgendermaßen:

*„Eine kleine Tigerin ohne Klauen, die sich von Orchideen, Gramophonplatten und nächtlichen Telephongesprächen nährt. [...] Der Freimut in sexuellen Fragen ist trotz des Widerstandes von Millionen unverbesserlicher Heuchlerinnen dem Aufstieg des jungen Mädchens zu verdanken. Wirklich ist seit zehn Jahren der Flapper zur Königin geworden.“*⁴⁹⁴

Gewissermaßen eine Stufe über dem „*Flapper*“ steht der „*Vamp*“. Er ist anziehend, leidenschaftlich und kühl zugleich, jedoch gefährlich für alle Männer, die ihm verfallen. Die Verbreitung dieses Typs wurde vom Film stark gefördert.

*„Der Vamp ist im mondänen amerikanischen Argot der Typ der verhängnisvollen Frau, der Männerfresserin, der grausamen Kokette, die Männerherzen zerbricht und triumphierend über einen Weg schreitet, der mit leeren Brieftaschen, zu Grunde gerichteten Liebhabern, jugendlichen Selbstmördern und verstreuten Schecks gepflastert ist.“*⁴⁹⁵

Zwei weitere für Amerika typische Frauentypen, die „*Ratgeberin in Liebesangelegenheiten*“ und der „*Social Worker*“, waren – so Dekobra weiter – im Europa der 1920er-Jahre fast unbekannt. Die „*Ratgeberin in Liebesangelegenheiten*“ war eine typische Erscheinung der US-amerikanischen Presselandschaft, die Briefe von

⁴⁸⁷ Ebenda.

⁴⁸⁸ Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. II. Die Schule des Vamps*. In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 17, (Mai) 1930, S. 73.

⁴⁸⁹ Dekobra, Maurice: *Ratgeberin in Liebesangelegenheiten*. In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 22, (Juli) 1930, S. 6.

⁴⁹⁰ Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. III. Die Majestät Millionärin*. In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 18, (Mai) 1930, S. 38.

⁴⁹¹ Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. IV. Die Philantropin*. In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 23, (August) 1930, S. 50.

⁴⁹² Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. V. College Girls*. In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 1, (Oktober) 1930, S. 65.

⁴⁹³ Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. I. Die Debütantin*. a. a. O., S. 70.

⁴⁹⁴ Ebenda.

⁴⁹⁵ Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. II. Die Schule des Vamps*. a. a. O., S. 73.

Frauen beantwortete und ihnen Ratschläge in Sachen Liebe erteilte. Dass dieser Typus allmählich in der deutschen Literatur und Presse auf Aufmerksamkeit stieß, bezeugt auch das Feuilleton *Amerikanische Liebeskunst* von Franz Hessel⁴⁹⁶, in dem jener allwissende Typus in der Figur „*Frau Swain*“ personifiziert wird. Dekobra lieferte folgende Charakteristik:

*„Die meisten amerikanischen Zeitungen besitzen eine Mitarbeiterin besonderer Art, die überaus wichtig ist. Sie sichert die gefühlsmäßige Bindung zwischen dem Blatt und der Leserin. Zwischen fünfundzwanzig und fünfundsechzig Jahren, nehmen sie die schwere Verantwortung auf sich, für fünf Cents, den Preis der Tageszeitung, das Glück der Leute sicherzustellen, die in ihren Spalten die Lösung leidenschaftsvoller Rätsel und Mittel gegen ihre geheimen Kümmernisse finden wollen. Diese Technikerinnen des Herzens heißen Dorothy Dix, Patricia Lee, Sally Martin, Leola Allard, um nur einige zu nennen. [...] Sie berät Liebende, die in Unruhe sind. Sie heitert vernachlässigte Ehefrauen auf, sie schläfert die Eifersucht betrogener Frauen ein. [...] Es ist ein Typ, der in Europa fast unbekannt ist. [...] Aber die Amerikaner haben uns überholt. Sie haben ein paar Dutzend ‚Liebesberaterinnen‘, die jeden Tag die zehn Gebote der Lebenskunst auslegen.“*⁴⁹⁷

Den letzten wenig bekannten US-amerikanischen Frauentyp stellte die sozial engagierte Frau dar. Dass dieser in Europa nicht so verbreitet war, lag sowohl am völlig anders konzipierten Sozialsystem der USA wie auch an einem anderen Verständnis von Religion:

*„Drüben nennt man sie ‚Social Worker‘. Sie arbeitet auf sozialem Gebiet, wie andere im Waschgeschäft, an der Schreibmaschine oder mit Koketterei arbeiten. Dieser Typ, der im alten Europa, sich noch im Zustand des Embryo befindet, hat in den Vereinigten Staaten solche Vollkommenheit erreicht, [...] Sie ist gewöhnlich vierzig bis sechzig Jahre alt. Sie ist verheiratet, Witwe oder alte Jungfer.“*⁴⁹⁸

Dekobras Klassifizierungen bilden einen seltenen Versuch, die Amerikanerin auf nuancierte Weise zu betrachten, wobei sie ins reale gesellschaftliche Leben eingefügt ist. Es handelt sich zwar um sechs verschiedene Frauentypen, gleichzeitig aber auch um verschiedene Facetten der *modernen* Frau.

5.8 Das Bild der Amerikanerin in den Zeitschriften *Die Dame* und die *neue linie* sowie im *Berliner Tageblatt* von 1933 bis 1938

In den beiden Zeitschriften wurden zwischen 1933 und 1938 ähnliche Themen zur *Amerikanerin* behandelt wie vor 1933: ihre Vormachtstellung, die Pflege des

⁴⁹⁶ Vgl. Hessel, Franz: *Amerikanische Liebeskunst*. In: *Teigwaren leicht gefärbt*. Arsenal Berlin, 1986, S. 73 - 76.

⁴⁹⁷ Dekobra, Maurice: *Ratgeberin in Liebesangelegenheiten*. a. a. O., S. 6.

⁴⁹⁸ Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. Die Philantropin*. a. a. O., S. 50.

Äußeren, Mode in den USA⁴⁹⁹, Haushaltsführung. Das *Berliner Tageblatt* setzte sich vorrangig mit der Rolle der Frau in der US-amerikanischen Gesellschaft auseinander, z. B. mit dem Heiratsmarkt, also mit Problemen, die auch in Deutschland diskutiert wurden. Dies bezeugt beispielsweise ein Text aus dem Jahr 1933, der über den Emanzipationsweg der US-Amerikanerinnen berichtet, unter besonderer Berücksichtigung aktueller Veränderungen nach dem Präsidentschaftsantritt von Roosevelt, der die Frauen unterstützte.⁵⁰⁰ Auch ein Text von Margarete Kaiser aus dem Jahr 1936 widmet sich diesem Thema, wobei die Sorge um die Zukunft der jungen amerikanischen Generation im Zentrum steht, die infolge der Arbeitslosigkeit keine Heirat eingehen könne.⁵⁰¹

Es ist auffällig, dass in den untersuchten Primärquellen ab 1933 die Frauenfrage, d. h. die Diskussion über die Rolle der Frau in der neuen nationalsozialistischen Gesellschaft, im Vordergrund stand. Im Nationalsozialismus war diese klar konzipiert: Sie beschränkte sich im Wesentlichen auf Kindererziehung, Haushalt und Kameradschaft gegenüber dem Mann. Die Texte, die sich mit der *Amerikanerin* auseinandersetzen, stellen stets einen Zusammenhang zur deutschen Frauenfrage her. Da sich an der Vorstellung über die Vorherrschaft der Frau in den USA auch nach 1933 nichts änderte, ist diese ein zentraler Kritikpunkt. Diesbezüglich heißt es z. B. 1936 im *Berliner Tageblatt*:

„[...] ein Land, in dem die Männlichkeit im sozialen und geistigen Leben aufgehört hat, zu existieren, in dem sie auf dem besten Wege ist, auch die Kontrolle des wirtschaftlichen und politischen Lebens an die Frau abzugeben; ein Land, in dem die Frau die gesellschaftlichen Angelegenheiten ihres Mannes lenkt; ein Land, in dem die Frau die guten Bücher liest, ins Theater geht, Kunstaussstellungen besucht.“⁵⁰²

Der Autor sieht nicht nur den kulturellen und sozialen, sondern auch den politischen und wirtschaftlichen Bereich durch das Wirken der Frauen gefährdet, was ihn zutiefst besorgt. Seine Überlegungen spitzt er weiter zu, indem er zu der Überzeugung gelangt, dass in der US-amerikanische Mann seine Männlichkeit einge-

⁴⁹⁹ Scheffer, Paul: *Frauen und Mode in New - York. Keine Rede mehr vom Bubikopf – Ergebung in den Pariser Befehl – Wachsame Augen bei Mister K.* In: *BT*, 6.10.1938. Vgl. auch: Johann, A. E.: *Die Frauen am Stillen Ozean. I. Die Amerikanerin.* In: *Die Dame*, Jg. 63, H. 16, (September) 1936, S. 46.

⁵⁰⁰ Vgl. C. Wr. (Dr.): *Die Amerikanerin von heute. Sie soll stärker in den Staatsdienst einbezogen werden.* In: *BT*, 13.7.1933, MA.

⁵⁰¹ Kaiser, Margarete: *Heiraten – schwer gemacht. Ein pessimistischer Blick auf die USA.* In: *BT*, 27.6.1936, MA. Vgl. auch: Kaiser, Margarete: *Klubdämmerung in den USA? Was Amerikas Frauen diskutieren / Die alten Damen des Present Days Club.* In: *BT*, 5.4.1936, MA.

⁵⁰² Geifes, Hans: *An erster Stelle: die Frau. Ein USA-Problem in neuer Beleuchtung.* In: *BT*, 10.1.1936, MA.

büßt hat und sogar Frauenarbeit übernimmt. Für den Autor ein eindeutiger Beweis für die Vorherrschaft der Frau:

„Dafür aber, dass der Mann die meisten seiner Privilegien verloren hat, hat er anderes hinzulernen müssen: er versteht, sich die Küchenschürze umzubinden, die Teller und Geschirr aufzuwaschen, den Kinderwagen durch den Park zu schieben, in Delikatessenladen an der Ecke einzukaufen und seiner Frau Frühstück ans Bett zu bringen.“⁵⁰³

Wie sehr der *Amerikaner* unter der Frauenherrschaft zu leiden habe, beschreibt 1938 in seiner Satire Harold Nicholson. Er sieht sich gezwungen, *„eine Lanze für den amerikanischen Mann“* zu brechen und seinen erniedrigenden Zustand zu beklagen: *„Es erfüllt mich mit Zorn, einen so verdienten und anständigen Menschen einer so gräulichen Knechtschaft unterworfen zu sehen.“⁵⁰⁴* Nicholson unterteilt die US-amerikanischen Frauen in drei Gruppen: *„die hart arbeitenden“* Frauen der Pionierzeit, die *„Schmarotzerinnen“*, denen *„eine mondäne [...] rein gesellschaftliche weibliche ‚Ueberlegenheit‘ als Ziel und Recht erscheint“* und die *„unweiblichen“* Frauen, die *„ernsthafte und vernünftige Arbeit leisten“⁵⁰⁵*. Nicholsons Ansatz leistet eine – wenn auch schematische – Differenzierung der Amerikanerinnen und bricht mit dem Klischee von der *„allmächtigen Herrscherin“*. Als die Übeltäterin, die den Mann ausnütze, sieht er die *„Schmarotzerin“*: *„Die ‚weibliche Frau‘ ist es, welche die Tyrannenklasse bildet und für welche die unterdrückte Minderheit schafft und schwitzt.“⁵⁰⁶* Zum Beweis seiner Überzeugungen zitiert Nicholson sogar Statistiken, aus denen hervorgehen soll, dass der größte Teil des in den USA verdienten Geldes dazu diene, die Eitelkeit der Frauen zu befriedigen. Dadurch entstünde ein Missverhältnis zwischen Mann und Frau, den das Äußere auf den ersten Blick zu erkennen gebe.

„Man betrachte auch das unterdrückte und verbrauchte Aussehen des amerikanischen Mannes. [...] Der amerikanische Mann, wiederhole ich ganz laut, ist das netteste und gehört zu den bedeutendsten und schlechtestgekleideten Wesen dieser Erde. Die amerikanische Frau andererseits ist wetteifernd, weiblich, eingebildet, erwerbssüchtig, unbedeutend, tyrannisch und sehr, sehr gepflegt.“⁵⁰⁷

Die Idee von der Vormachtstellung der Frau in den USA die natürlich nicht der Realität entsprechen musste, teilten nicht alle. Davon zeugt auch das folgende Zitat,

⁵⁰³ Ebenda.

⁵⁰⁴ Nicholson, Harold: *Eingeschüchtert, aber sauber. Eine Lanze für den amerikanischen Mann*. In: *BT*, 4.3.1938.

⁵⁰⁵ Ebenda.

⁵⁰⁶ Ebenda.

⁵⁰⁷ Ebenda.

das Amerikanerinnen als ganz *normale* Frauen zeigt, mit den gleichen Schwächen und Wünschen, wie sie auch viele andere haben:

„[...] Soviel echte Schwärmerei und warm empfundene Romantik, soviel einfaches, unverkümmertes Gefühl, das nicht danach fragt, ob es auf andere vielleicht komisch wirkt, soviel Mut und Vertrauen in die Wahrheit und Gerechtigkeit eines starken Gefühls, soviel beinahe kindlicher Freude an Schmuck und Schmücken, an Festen, Spiel, Übermut, Ausgelassenheit und Klamauk [...]. Sie wünschen sich alle heimlich ein Häuschen und Kinder und ein kleines Auto [...].“⁵⁰⁸

Von besonderem Interesse ist dabei, dass es sich bei den beiden letztgenannten Aussagen um Betrachtungen von männlichen Autoren handelt, die jedoch zwei entgegengesetzte Positionen vertreten. Auf das Missverhältnis zwischen Fiktion und Realität machte auch Irmgard Keun aufmerksam. Sie behauptet: *„Die Macht der amerikanischen Frau ist sagenhaft. Vieles, was darüber geredet wird, ist übertrieben; denn ein grosser Teil der Macht besteht allein in der Annahme.“*⁵⁰⁹ Und Anneliese von Hagen stellte 1938 nach ihrem Besuch in New York enttäuscht fest: *„Uebrigens ist es eine Legende, dass in Amerika Herren für Damen aufstehen.“*⁵¹⁰

Der Großteil der von mir gesichteten Texte zeigt allerdings, dass sich die Wahrnehmung der Amerikanerin nach 1933 kaum änderte und weiterhin die schon in der Zwischenkriegszeit bestehenden Klischees überwogen: *Die Amerikanerin* habe die Vorherrschaft über den Mann und die Gesellschaft. Auch der Diskurs über die *Feminisierung* wurde nahezu unverändert weitergeführt. Zwar änderte sich der gesellschaftliche Kontext, doch auch im Nationalsozialismus wurde die Rolle der Frau neu definiert und heftig diskutiert (vgl. Kapitel 6).

⁵⁰⁸ Johann, A. E.: a. a. O., S. 46.

⁵⁰⁹ Keun, Irmgard: *Die Macht der amerikanischen Frau. Gründe und Auswirkungen – Ueberlegungen aus Anlass eines Films*. In: BT, 25.10.1936.

⁵¹⁰ Hagen, Anneliese von: *We are feeling like a million*. BT, 13.12.1938.

5.8.1 Deutsche und US-amerikanische Hausfrauen im Vergleich. Die neue Haushaltsführung als Ausdruck von Modernität

Einer der Bereiche, der sich eines besonderen Interesses der Presse erfreute, war die *amerikanische Küche*, die dank ihrer technischen Errungenschaften wie Roboter, Waschmaschine oder „*elektrische Geschirr-Abwaschmaschine*“⁵¹¹ als höchst modern galt. Zwar konnte sich auch in den USA nicht jeder eine solche Ausstattung leisten, aber sie war unter der Stadtbevölkerung weitaus verbreiteter als in Deutschland. Der US-amerikanische Haushalt wurde deshalb als „*außerordentlich systematisch und zeitgemäß*“⁵¹², also als vorbildhaft verstanden.

Mit der zunehmenden Arbeitslosigkeit gegen Ende der 1920er-Jahre wurden verheiratete und berufstätige Frauen in Deutschland wegen des *Doppelverdienertums* angefeindet und zurück in den Haushalt gedrängt, unter anderem auch durch die Presse. Severit behauptet:

*„Der Weg zurück in den Haushalt wurde ihnen zudem erleichtert durch die enorme Aufwertung, die die Hausfrau nach dem Vorbild des amerikanischen ‚housewife‘ erfuhr, das in einer mit den neuesten technischen Errungenschaften ausgestatteten Küche mit leichter Hand die anfallenden Arbeiten zeitsparend verrichtete.“*⁵¹³

In deutschen Zeitschriften und Zeitungen wurden der *amerikanischen Küche* und Haushaltsführung große Aufmerksamkeit geschenkt, weil sie als Vorbild für die *Modernisierung* der deutschen Haushalte galten. Luise Wynokan erzählte 1925 im *Berliner Tageblatt* von ihren Treffen mit Amerikanerinnen während einer Reise, bei denen sie über deutsche und US-amerikanische Hausfrauen diskutierten. Was ihr bei diesem Vergleich am meisten imponierte, war, dass es eine Amerikanerin verstehe, „*nicht Opfer, sondern Herrin des Haushalts zu sein*“⁵¹⁴, was hieß, dass für sie der Haushalt nicht erstrangig war. Bei Wynokan heißt es:

*„Eine Amerikanerin gab mir bereitwillig zu, dass die Gründlichkeit und die Ökonomie der deutschen Hausfrau durchschnittlich größer sei als die der Amerikanerin, ‚aber‘, sagte sie, ‚bei der Amerikanerin kommt erst der Mann und die Kinder und dann der Haushalt, und bei der deutschen Hausfrau kommt erst der Haushalt.“*⁵¹⁵

⁵¹¹ Vgl. Anonym: *Hausfrau wird sachlich. Amerikanische Methoden der Haushaltsführung*. In: *BT*, 4.8.1928, MA.

⁵¹² Wynokan, Luise: *Der amerikanische Haushalt*. In: *BT*, 11.7.1925, MA.

⁵¹³ Allesch, Ea von; Severit, Frauke: a. a. O., S. 188.

⁵¹⁴ Wynokan, Luise: a. a. O.

⁵¹⁵ Ebenda.

Die Amerikanerin galt als moderne Hausfrau, von der die Deutschen nicht nur die moderne Haushaltsführung, sondern auch die entsprechende Lebensführung lernen konnte. Eine davon abweichende Position vertrat dagegen George O'Brien 1927. Während Wynokan der deutschen Hausfrau vorwarf, dass sie dem Haushalt zu viel Zeit opfere, lobte O'Brien indes „[...] die Kunst der Deutschen, ihr Leben zu genießen, sich Zeit zu lassen, wirklich was von ihrem Leben zu haben. Diese Einstellung scheint mir auch maßgebend für die Position der Frau in Deutschland.“⁵¹⁶ Die deutsche Hausfrau charakterisiert er folgendermaßen:

*„Jedes Heim, jede Familie hat ihre Besonderheiten, die im Wesen der deutschen Frau begründet erschienen. Man hat Zeit zur Stille in Deutschland, Muße zur Beschaulichkeit, zur inneren Einkehr, und die seelischen Kräfte, die in solchen Stunden gewonnen werden, geben der deutschen Frau nicht nur diesen unbeschreiblichen Reiz sanfter Lieblichkeit, sondern verleihen ihr auch den inneren Elan, diesen Reiz über alles auszustrahlen, was mit ihr in Berührung kommt.“*⁵¹⁷

O'Brien hob insbesondere die Individualität der deutschen Frau hervor, und ihre Fähigkeit, nach Gefühl handeln zu können. Den deutschen Verhältnissen stellte er die US-amerikanischen als beklagenswert eintönig gegenüber:

*„Die amerikanische Lebensführung ist äußerlich viel stärker uniformiert. Im Grunde tut jeder im Bereich seiner Mittel das Gleiche, und der Mann mit kleinen Mitteln strebt danach, genau dasselbe einmal mit großen Mitteln zu tun. Infolgedessen kann man in neunzig von hundert Fällen voraussagen, was eine amerikanische Frau in dem und in jenem Fall sagen oder tun wird.“*⁵¹⁸

In seinem Fazit bestätigt O'Brien die Klischees sowohl von der Deutschen als auch von der Amerikanerin: „[...] Amerikanische Männer haben es bequemer, aber deutsche, scheint mir, vorausgesetzt, daß es ihnen gelingt, ihren ‚Typ‘ zu finden, angenehmer. Die amerikanische Frau ist eine Zierde, die deutsche die Muttererde des Lebens.“⁵¹⁹

Anhand dieser Beispiele wird deutlich, dass die Wahrnehmung auch im Bezug auf Themen rund um die Haushaltsführung stark klischeehaft war. Die Deutsche repräsentierte das traditionelle Frauenbild der guten, aufopfernden Ehefrau, Mutter und Hausfrau. Die Amerikanerin wiederum verkörperte das moderne Frauenbild.

⁵¹⁶ O'Brian, George: *Amerikanische und deutsche Frauen: Eine unmaßgebliche Meinung von George O'Brian*. In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 2, (Oktober) 1927, S. 10.

⁵¹⁷ Ebenda.

⁵¹⁸ Ebenda.

⁵¹⁹ Ebenda.

5.9 Die *Neue Frau* und die Amerikanerin im Vergleich

Die Vorstellung von *der Amerikanerin* prägten in erster Linie US-amerikanische Hollywoodfilme und Zeitschriften, persönliche Erfahrungen weitaus weniger. Doch auch die meisten Berichte über USA-Aufenthalte, die sich in den 1920ern großer Popularität erfreuten, stimmen bei der Darstellung US-amerikanischer Frauen mit dem in Deutschland vorherrschenden Image überein. Als *modern*, d. h. *amerikanisch*, galt alles, was Hollywoodfilme vorführten: wie man sich anzog, schminkte oder den Gang eines amerikanischen Filmstars nachahmte.

Gegenüber der Deutschen hob man die Amerikanerin als selbstbewusst, gewitzt, abenteuerlustig und emanzipiert hervor. Bei näherer Betrachtung ist jedoch kein Unterschied zwischen der deutschen *Neuen Frau* und der modernen Amerikanerin festzustellen. Inwiefern die *Phantasie-Amerikanerin* all das verkörperte, was mit der Vorstellung von einem guten Leben verbunden war, beweist das Feuilleton *Amerikanerin geworden*⁵²⁰, in dem die *Selbstamerikanisierung* einer jungen deutschen Frau als Geschäftsidee beschrieben wird. Erzählt wird die Geschichte von Sonja, die erst bei einer Bank arbeitet, der dort aber gekündigt wird, woraufhin sie Tischdame wird – und schließlich „*Amerikanerin*“. Sonja ändert ihren Namen in Daisy und scheint mit dem Namen eine neue Identität angenommen zu haben.

„Sonja hat einen neuen Beruf – sie ist Amerikanerin geworden. – Die tausend Worte Englisch hat sie von der Handelsschule her. [...] Wir haben jetzt so viel Ausländer in Berlin, nicht? So viel Yankees, nicht? [...] Ihre amerikanische Herkunft legitimiert Spreewasser-Sonja mit einem ergreifenden Roman: mother drüben verblichen, father auf dem Dampfer gestorben, [...]. Sonjas Nutriamantel zeigt, dass es sich lohnt, Amerikanerin zu sein. [...] ‚Sag‘ nicht mehr Sonja zu mir! Ich heiße jetzt Daisy.“⁵²¹

Sonja handelt wie eine *Amerikanerin*: Im Kampf ums Überleben setzt sie zielbewusst und geschäftstüchtig ihr gepflegtes Aussehen und einen falschen Akzent ein. Sie steht für viele junge Frauen, die an der großen Stadt scheitern und in eine zwielichtige Existenz abrutschen.

Hans Kafka macht sich in einem Text über die Gestaltung eines Lunaparks ebenfalls Gedanken über die Nachahmung Amerikas und deren Sinn, und kritisiert letztlich das *amerikanische* Erfolgsprinzip. Der Lunapark dient ihm dabei als Metapher für die konsumorientierte, d. h. *amerikanische* Gesellschaft. In dieser wird alles dem Geschäftsprinzip unterworfen. Das zugehörige Werbeprinzip heißt „sex sells“. Dementsprechend wird bei Kafka der Auftritt hübscher *Girls* als eine kalkuliert eingesetzt.

⁵²⁰ P. S.: *Amerikanerin geworden. Dienst am Fremden*. In: *BT*, 6.11.1928, MA.

⁵²¹ Ebenda.

zte Erotik präsentiert, die allein dazu dient, den Warenabsatz zu steigern. Die Frau wird für diesen Zweck zu einem Mittel degradiert, das den Verkauf ankurbeln soll.

„Sehr amerikanisch ist das alles. Was denn? Also erstens, wie amerikanisch genau das Quantum erotischer Wirkung berechnet ist. So viel, bitte – nicht mehr und nicht weniger. [...] Zweitens das amerikanische Geschäftsprinzip, eine Ware durch hübsche Mädchen vertreiben zu lassen. [...] Und drittens – wie amerikanisch überhaupt diese vier Mädchen aussehen. Girls, Flappers, wenn auch aus Berlin NO. Die Strümpfe sind aus irgendeiner durablen Kunstseide angefertigt. Zwischen den Zähnen wird ein Stück Kaugummi aus der Welt geschafft. Echter als die Perlenschnüre und Ohrgehänge ist jedenfalls das Lächeln.“⁵²²

Beim Vergleich zwischen Berlinerinnen und New-Yorkerinnen spielte das äußere Erscheinungsbild eine wichtige Rolle. Eine Berlinerin zog sogar Kunstseide höchstens zum Ausgehen an, die Amerikanerin trug hingegen kunstseidene Kleider den ganzen Tag lang an. Ilse Gropius begründet dies damit, dass die *Amerikanerin* sehr beschäftigt sei und die Entfernungen in den USA zu groß, um nach Hause fahren zu können und sich umzuziehen.

Von jeder Frau wurde selbstverständlich erwartet, dass sie immer gut auszusehen habe, egal, ob sie berufstätig oder Hausfrau war. Die Berlinerin dagegen kleidete sich nach praktischen Überlegungen und je nach Anlass. Obwohl es auch in Deutschland zunehmend wichtiger wurde, zu jeder Tageszeit perfekt auszusehen, war dieser gesellschaftliche Druck auf die Frau in den USA um ein Vielfaches stärker ausgeprägt.

„Wenn man den Hauptunterschied zwischen der Kleidung der Berlinerinnen und der New-Yorkerinnen kurz charakterisieren wollte, so könnte man sagen: Wenn eine Berlinerin nur ein einziges Kleid besitzt, so ist es bestimmt das ‚8-Uhr-morgens!‘. Wenn aber eine New-Yorkerin nur ein einziges Kleid besitzt, so ist es bestimmt das ‚8-Uhr-abends-Kleid!‘. Nicht die elegante verwöhnte Frau demonstriert den Unterschied zwischen Berlin und New-York, sondern die kleine Warenhausverkäuferin, Stenotypistin oder Fabrikarbeiterin. Das Arbeits- oder Straßenkleid ist drüben so gut wie unbekannt. [...] Die Seide beherrscht auch den Vormittag. Man hat seine Gründe.“⁵²³

Das standardisierte Schönheitsideal war in beiden Ländern identisch. Allerdings hatte es in Deutschland einen geringeren Stellenwert, denn hier galt das Motto: Oberflächlich sind die Amerikaner, wir aber nicht. Unterschiedlich waren auch die Schönheitsnormen: Was in Deutschland außergewöhnlich war, galt in den USA als normal. Davon zeugt auch folgendes Zitat, in dem Gropius eine typische New-Yorkerin beschreibt. Betont wird dabei der Unterschied, den das Aussehen im deutschen und im US-amerikanischen Bürobetrieb spielt. Trotz der Versicherung,

⁵²² Kafka, Hans: *Lunapark. Ein Stück Amerika, versuchsweise ...* a. a. O.

⁵²³ Gropius, Ilse: a. a. O., S. 85.

dass in Amerika Schönheit nicht die einzige Voraussetzung für eine Bürotätigkeit ist, wird deutlich, dass sie ein besonders wichtiges Auswahlkriterium darstellt:

„Die New-Yorkerin ist schön! Wir wissen das zwar alle, aber wir verstehen etwas anderes darunter! Für uns ist die Schönheit das Außergewöhnliche, das Auszeichnende! Die New-Yorkerin ist grundsätzlich schön! Es ist das normale! Das bringt Konsequenzen! Keine Frau, auch nicht die arbeitende, kann dort eine untere Schönheitsgrenze ungestraft überschreiten! Ein Mindestmaß an Ansehnlichkeit und Gepflegtheit wird verlangt, wie man bei uns von einem Menschen Reinlichkeit fordert. Die Überlegungen eines deutschen Bürodirektors, daß ein zu hübsches Mädchen Verwirrung in den Betrieb bringen könnte, würden drüben ganz absurd erscheinen, denn die Aussicht auf Anstellung ist in New-York viel enger mit dem Äußeren des Menschen verknüpft als hier. Was nicht besagt, daß man mit Schönheit allein Karriere machen kann, denn wie gesagt, man fällt damit nicht auf, sie ist Allgemeingut.“⁵²⁴

Frauen demonstrieren durch ihr Äußeres eine moderne Lebenseinstellung – Unabhängigkeit, Selbstbestimmung. Gleichzeitig bedienen sie damit das von den Medien standardisierte und popularisierte Schönheitsideal, das zu einer gesellschaftlichen Norm wurde, die stets zu erfüllen war, wenn man zeitgemäß sein und seine Erfolgchancen am Arbeitsmarkt steigern wollte. *Schön sein* war einerseits Ausdruck persönlicher Einstellung, andererseits Überlebens- und Erfolgsstrategie. Sich Schönheit zu erarbeiten, war für jede Frau Möglichkeit und Pflicht zugleich. Die amerikanische *Self-Made-Beauty* führte es vor – und die *Neue Frau* ahmte es nach.

5.10 Der moderne Mensch oder „das dritte Geschlecht“

Durch die *Modernisierung*, die *Technisierung* des Wirtschaftslebens und die daraus resultierende *Urbanisierung* im ausgehenden 19. Jahrhundert änderte sich die Lebensweise großer Bevölkerungsteile, insbesondere im urbanen Raum. Der Anteil der Jugendlichen an der Bevölkerung stieg in den Städten rasant an.⁵²⁵ Diese junge Generation suchte in den 1920er-Jahren nach einer annehmbaren, alternativen Nachkriegsideologie, mit der sie sich identifizieren konnten, und fand sie im *Amerikanismus*. Dementsprechend konstatiert Peukert: *„Mit den neuen Freizeitformen adaptierten viele Jugendliche schneller als die Erwachsenen die neuen Werte der urbanen industriellen Massenkultur. Jugendliche beider Geschlechter folgten den Leitbildern des ‚Amerikanismus‘.“*⁵²⁶ Der amerikanische Einfluss wurde deshalb von vielen, die sich um den Erhalt traditioneller Werte, Normen und Moralvorstellungen

⁵²⁴ Ebenda, S. 83.

⁵²⁵ Vgl. Peukert, Detlev J. K.: *Die überflüssige Jugend-Generation*. In: Peukert, Detlev J. K.: a. a. O., S. 94 - 100.

⁵²⁶ Ebenda, S. 98.

bemühten, als Wurzel des Übels angesehen. So klagt z. B. der Pädagoge und Geistliche Günther Dehn über die Großstadtjugend:

*„Proletarische Jugend' der Großstädte: [...] Verdienen und Vergnügen, das sind die beiden Angelpunkte des Daseins, wobei unter Vergnügen beides, das Edle und das Unedle, von primitiver Sexualität und Jazzmusik bis zur neuproletarischer, künstlerisch einwandfreier Wohnkultur und rational durchgeführter Körperpflege zu verstehen ist. [...] Dieses Volk ist wirklich amerikanisiert bis in die Wurzeln seines Denkens, bewußt und selbstverständlich oberflächlich.“*⁵²⁷

Aus dieser Schilderung geht einerseits hervor, welche Aspekte man mit der *Amerikanisierung* assoziierte, andererseits wird deutlich, dass diese alle Bereiche erfasste, sei es Alltag, Kunst oder Architektur. Dehn macht klar, dass für ihn die *Oberflächlichkeit* der Jugend fatale Folgen haben würde, und spitzt seine Ausführungen deshalb drastisch zu: *„[...] nicht etwa der Sozialismus, sondern der Amerikanismus wird das Ende aller Dinge sein.“*⁵²⁸

Beispielhaft für den *Amerikanisierungsdiskurs* ist die folgende Buchkritik über den US-amerikanischen Schulroman *The Rampant Age*, die im *Berliner Tageblatt* erschien. Der Kritiker Süßkind erörtert das Wesen der *amerikanischen Jugend* und vergleicht sie mit der europäischen. Dabei entdeckte er Parallelen in der Entwicklung US-amerikanischer und deutscher Jugendlicher, die er als *„Amerikanisierung“* bezeichnet. Es sei der *„geistige Amerikanismus“*, der den *„modernen Menschen“* formt, und der Roman diesbezüglich eine lehrreiche Studie. Der Autor zeigt keinen Zweifel daran, dass die Zukunft einen *„amerikanischen“*, d.h. *„modernen“* Menschen hervorbringen werde. Als Vorreiter dieser Generation sieht er den High-School-Boy:

*„Denn gerade der halbwüchsige amerikanische High-School-Boy scheint mir auch für unsere Verhältnisse, den Durchschnittstypus der kommenden Jugend sehr genau darzustellen. Den Typus, so wie die Fabrik ihn liefert und wie ihn ja auch bei uns das Schlagwort als ‚amerikanisiert‘ bezeichnet. Dieses Schlagwort von der ‚amerikanischen Zeit‘ ist so töricht nicht, wie denn das Wort ‚amerikanisch‘ heute schon einen ganz allgemeinverständlichen seelischen Beschaffenheitsbefund vermittelt, während es vor zwanzig Jahren nur auf Spezialfragen anwendbar war, etwa die Großstadtentwicklung oder gewisse Zustände der Wirtschaftsordnung. Wird nun auch der moderne Mensch ein ‚amerikanischer‘ Mensch sein, so kann es nicht schaden, aus erster Hand zu erfahren, wie dieser Typus bei sich zu Hause, im Entwicklungsstadium, in unpräntiöser Darstellung sich ausnimmt.“*⁵²⁹

Auffallend ist, dass Süßkinds Vorstellung über jenen *neuen* Menschentyp im Einklang mit der deutschen Kulturkritik an den USA stand. Amerika wurde als *junge*

⁵²⁷ Zitiert nach: Ebenda, S. 178.

⁵²⁸ Ebenda.

⁵²⁹ Süßkind, W. E.: *Ein amerikanischer Schulroman*. In: *BT*, 23.11.1928, MA. Der Artikel widmet sich *The Rampant Age* von Robert S. Carr.

Nation betrachtet, die zwar das Stadium der Zivilisation erreicht hatte, aber noch über keine ausgereifte Kultur verfügte, so wie man sie in Europa verstand. Daher behauptete man, dass Amerika sich in einem *femininen*, d. h. unvollendeten Entwicklungsstadium befände. Im Einklang mit dieser Argumentationslinie behauptete auch Süskind, dass die Herausbildung des *modernen* Menschen ein Prozess sei, der sich erst an seinem Anfang befände, d. h. in seinem „*femininen*“ Stadium.

*„Und wenn sie heute ‚amerikanisch‘ heißt und vielleicht deshalb ein etwas feminines Gesicht hat (kein Vorwurf, eine Feststellung!), so wird sie einmal in ihr männliches Stadium aufrücken. Darauf läuft vielleicht ein guter Teil der nächsten Geistesauseinandersetzungen hinaus; auf die Frage, ob der moderne Mensch ein weiblicher oder männlicher Typus sei, und dem männlichen zum Sieg verhelfen, ist vielleicht Aufgabe in der Zeit der Amerikanisierung. Das bleibt zu hoffen.“*⁵³⁰

Eine völlig andere Sichtweise vertrat dagegen Robert Müller, der sich 1922 mit der *Vermännlichung* der Frau auseinandersetzte. Seiner Auffassung nach stellte sich jene Frage nach „*weiblich oder männlich*“ nicht, denn:

*„Schwächt die Zivilisation die Männer, bis sie frauenart sind? Im Gegenteil: Sport und Komfort stärken den männlichen Typ, freilich auch den fraulichen, aber mit gleichzeitiger Verstärkung der Geschlechterdifferenz.“*⁵³¹

In seinen Überlegungen geht er aber noch viel weiter und zeigt sich überzeugt, dass die allmähliche Angleichung der Geschlechter zur Herausbildung eines „*dritten Geschlechts*“ führen würde. Dies ist eine originelle und zugleich seltene Ansicht, insbesondere weil Müller sie als eine positive Entwicklung wertet:

*„Stellen wir uns einen fernen utopischen Kulturzustand vor, so lässt sich von ihm berechnen, um wieviel mehr sich bis dahin die Geschlechter, jedes in seiner Art, differenziert haben; je näher der Urzustand, desto größer die Ähnlichkeit. Wilde sind geschlechtsseelisch ununterschiedlich. Das Geschlechterduell ist in hohen Kulturen am schärfsten, die Spannung am reichsten, die Polarität absolut, der Einzeltyp am weitesten fortentwickelt. Die sichere Entstehung eines dritten hybriden Geschlechts aus überzähligen Frauen von geringer geschlechtlicher Anlage, wozu auch ein gewisser männlicher Junggesellentyp sich scharen mag, wird die divergierende Entwicklung des eigentlichen vitalen Geschlechterpaares nur begünstigen. Der soziale Etat eines solchen (dritten) Neutrums mag immerhin heute schon vorzusehen sein, ebenso aber die Vertiefung der Erotik sowohl nach der geschlechtlichen, als nach der seelischen Seite hin.“*⁵³²

Obwohl man die *Amerikanerin* in Bezug auf ihr Äußeres als *weiblich* beschrieb, assoziierte man ihren Charakter mit typisch *männlichen* Eigenschaften, wie

⁵³⁰ Ebenda.

⁵³¹ Müller, Robert: *Vermännlichung der Frau?* In: *Die Dame*, Jg. 49, H. 11, (März) 1922, S. 12.

⁵³² Ebenda.

Geschäftssinn, Berechenbarkeit und einen Hang zum Praktischen. Daher drängt sich die Frage auf: Ist die *moderne* Frau weiblich oder männlich? (vgl. 8. Kapitel).

6 Das Bild der Frau im Nationalsozialismus

6.1 Beispiel einer besonderen Karriere: Leni Riefenstahl – eine *Neue Frau* im *Dritten Reich*

Die ambivalente Haltung des nationalsozialistischen Regimes der Frau gegenüber kann am Beispiel der außergewöhnlichen – und in der Nachkriegszeit besonders umstrittenen – Karriere von Leni Riefenstahl deutlich gemacht werden. Riefenstahl war keine Durchschnittsfrau, sie genoss als eines der Aushängeschilder des Reichs eine Sonderposition. Dennoch – oder gerade deswegen – ist ihre Person geeignet, die inkonsequente Haltung der Nationalsozialisten zu ihrem eigenen ideologischen Frauenbild zu entlarven, wie am Beispiel der Textanalyse bewiesen wird.

Riefenstahl ist trotz ihrer Widersprüchlichkeit eine der interessantesten Frauenfiguren der deutschen Geschichte im 20. Jahrhundert. In ihrer Person verbanden sich *weibliche* Reize mit *männlicher* Risikofreudigkeit. *„Ende der Zwanziger Jahre ist Leni Riefenstahl die Vorzeige-Sportfrau, eine, die sich in Regionen vorwagt, die sogar den meisten Männern Angst machen. [...] Eine moderne, sportlich-schöne Frau.“*⁵³³ Bekannt wurde sie zunächst als Tänzerin, dann als Schauspielerin der Bergfilme Arnold Fancks und später als Regisseurin. Zum Durchbruch verhalf ihr der Film *Das blaue Licht*, für den sie zusammen mit Bela Balasz das Drehbuch schrieb, den sie selbst produzierte und bei dem sie auch die Hauptrolle spielte und Regie führte. In ihren Memoiren, in denen sie sich als missverstandenes Opfer stilisierte, beschreibt sie diesen Film als ihr Verhängnis, denn der *„Lieblingsfilm“* Hitlers sei die Grundlage für ihre problematische Karriere gewesen.⁵³⁴ Sie behauptet:

*„Wie in einer Vorahnung habe ich im Blauen Licht mein späteres Schicksal erzählt: Junta, das seltsame Mädchen in den Bergen, das in einer Traumwelt lebt, verfolgt und ausgestoßen wird, geht zugrunde, weil ihre Ideale – im Film sind es symbolisch die schimmernden Bergkristalle – zerstört werden.“*⁵³⁵

Tatsache bleibt, dass Riefenstahls Karriere durch das Regime befördert wurde und sie sich dadurch zur eindrucksvollsten und somit auch gefährlichsten Propagandafilmemacherin entwickeln konnte, wie beispielsweise ihr Film über den Nürnberger Parteitag *Triumph des Willens* von 1935 beweist. Im Ausland, vor allem in Übersee,

⁵³³ Haustedt, Birgit: *Die wilden Jahre in Berlin. Eine Klatsch- und Kulturgeschichte der Frauen*. Edition Ebersbach Dortmund, 1999, S. 180.

⁵³⁴ Ebenda.

⁵³⁵ Riefenstahl, Leni: *Memoiren*. Taschen GmbH Köln, 2000, S. 151. Erstmals erschienen 1987 in München / Hamburg.

galt sie seit den 1930er-Jahren als eine der wichtigsten modernen Filmemacherinnen, und ihr Film über die Olympischen Spiele von 1936, *Olympia*, brachte ihr zahlreiche internationale Auszeichnungen und weltweiten Ruhm, der auch nach dem Krieg nicht verblasste. In Deutschland wurde sie jahrzehntelang zwiespältig wahrgenommen: In erster Linie galt sie als Hitlers Filmemacherin, als die Nazipropagandistin schlechthin. Gleichzeitig stand sie für filmtechnische und ästhetische Innovation. Die Wertung ihres Werks ist auch im gegenwärtigen Deutschland schwierig. Rings verdeutlicht dies in Bezug auf die Bewertung von *Olympia*:

*„Olympia is a film that cannot be easily categorized. For some it is a documentary of the Olympia, for others is an overt propaganda film. [...] The film does not manipulate opinion overtly, but it does open a particular path for the imagination that ‚tips the balance‘ towards support of Nazi ideology.“*⁵³⁶

In den 1970er-Jahren kam es zu einer *Renaissance* von Riefenstahls Werk, und seit den 1990ern ist ein allmählicher Wandel der Bewertung des Phänomens Riefenstahl in der deutschen Gesellschaft zu beobachten. Großes Aufsehen erregten ihre Autobiographie, die 1987 erschien, und eine Ausstellung im Potsdamer Filmmuseum 1998, zu deren Eröffnung sie nicht kam, weil sich eine Welle von Protesten erhob. Als sie 2002 ihren 100. Geburtstag feierte, gab es eine umfassende Rückschau, die zu einer partiellen Neubewertung ihrer Arbeit führte, wobei die künstlerische Qualität ihrer Werke stärker in den Vordergrund trat. Doch auch als sie schließlich 2003 verstarb, war sie nicht rehabilitiert; ihr Handeln bleibt nach wie vor umstritten. Allerdings ist der Prozess der Vergangenheitsbewältigung in ein anderes Stadium getreten, eine differenziertere Wertung von Riefenstahls Werk ist nun möglich.

Im Zusammenhang mit der vorliegenden Arbeit stellte sich die Frage: Wie konnte aus einer *Neuen Frau*, die das absolute Gegenteil des nationalsozialistischen Frauenideals darstellt und die in den 20er-Jahren als politisch uninteressiert bezeichnet werden könnte, eine Befürworterin dieses Regimes werden?

Riefenstahl verkörperte Stärke, Durchsetzungskraft, Intelligenz und den Mut, Neues auszuprobieren. Sie schaffte es, sich – dank ihres künstlerischen Know-hows und technischer Begabung – in der Männerwelt der Nazis ihren persönlichen Freiraum zu erkämpfen, in dem sie sich künstlerisch verwirklichen konnte. Sie verkörperte

⁵³⁶ Rings, Guido: *Leni Riefenstahls „Olympia“. A Documentary Film as Instrument of Propaganda?* In: JUNI, *Magazin für Literatur und Politik. Spielräume des Einzelnen. Deutsche Literatur in der Weimarer Republik und im Dritten Reich*. Weidler Verlag Berlin, 1999, S. 163.

zwar das Ideal des *neuen* deutschen Menschen, jedoch geradezu das Gegenteil der mustergültigen *neuen* deutschen Frau. Sie war weder Mutter noch freundliche Hausfrau. In den untersuchten Zeitschriften erscheint sie sehr selten, und wenn, dann im Zusammenhang mit ihrer Arbeit, dem Filmemachen.⁵³⁷

Riefenstahl war nicht die einzige fähige Künstlerin während des Nationalsozialismus. Doch anders als Stars wie Gustav Gründgens oder Heinz Rühmann, die auch nach Kriegsende ihre Karriere erfolgreich fortsetzten, gelang Riefenstahl dies nicht. Warum? Weil sie eine zu gute Filmemacherin war, weil sie Propagandafilme drehte, die sie als Kunstfilme ausgab? Oder weil sie eine Frau war? Rainer Rother gibt dies als einen der möglichen Gründe an:

*„Leni Riefenstahl ist sehr schnell und unvergleichlich dauerhaft zur Symbolfigur in der Auseinandersetzung mit dem Nationalsozialismus geworden – vermutlich zu einem Teil gerade auch deshalb, weil sie ein Frau war.“*⁵³⁸

In der Figur Riefenstahl, und zwar sowohl in ihrer Person als auch in ihrer Kunst, verbinden sich die modernen Tendenzen der 1920er-Jahre, die sie weiterentwickelte und perfektionierte. Am deutlichsten scheint Riefenstahls Weiblichkeit im Zusammenhang mit der Ästhetik zum Ausdruck gekommen zu sein, was man ihr nach dem Krieg als Stilisierung der Schönheit im Sinne der nationalsozialistischen Ideologie vorwarf.

Unbestritten bleibt dennoch, dass ihr Schicksal und ihr Erfolg im *Dritten Reich* einzigartig waren und gerade deshalb besonders auffällig. Es ist paradox, dass gerade eine Frau, und dazu noch eine *moderne* Frau, d. h. das absolute Gegenteil der propagierten Idealfrau, zum Symbol des nationalistischen, patriarchalischen Systems wurde.

6.2 Der Generationskonflikt

Obwohl die Verfassung von 1918 Frauen zu gleichberechtigte Bürgerinnen machte, wurden sie bereits während der Weimarer Republik mit dem Vorwurf konfrontiert, dass sie politisch desinteressiert seien. Umso erstaunlicher ist es, dass sich viele

⁵³⁷ Laven, Paul (Dr.): *Arbeit mit Leni Riefenstahl am „Olympia Film“*. In: *Die Dame*, Jg. 65, H. 11, (Mai) 1938, S. 52.

⁵³⁸ Rother, Rainer: *Leni Riefenstahl. Die Verführung des Talents*. Wilhelm Heyne Verlag., München, 2002, S. 150. Verwiesen sei in diesem Zusammenhang auch auf eine Biografie, die auf Riefenstahls Autobiografie Bezug nimmt, diese hinterfragt und somit ein differenziertes Bild von der Person Riefenstahl zeichnet: Trimbron, Jürgen: *Riefenstahl. Eine deutsche Karriere. Biographie*. Aufbau Taschenbuch Verlag Berlin, 2002.

jener in den 1920ern politisch untätigen Frauen für die nationalsozialistische Politik begeisterten. Welche Gründe gab es für diese Entwicklung? War es wirklich allein die Faszination für die Person Hitlers?

Zwischen den Frauengenerationen der 20er- und 30er-Jahre bestand ein Spannungsverhältnis, aus dem sich mögliche Antworten auf diese Fragen herleiten lassen. Die Frauengeneration der frühen 30er-Jahre konnte bereits auf zwei emanzipierte Frauengenerationen zurückschauen. Von den unterschiedlichen Ansichten jener drei Generationen zeugt auch das folgende Zitat. 1933 beklagt Gabriele Tergit das fehlende Interesse junger Frauen, die Errungenschaften der *Neuen Frauen* aus den 20ern zu pflegen:

*„Unsere Mütter waren reiche Bürgerinnen, auch wenn es ihnen nicht so vorkam, und sie wurden verheiratet und blieben unglückliche Romantikerinnen ihr Leben lang, siehe Schnitzler. Ein paar aber waren Frauenrechtlerinnen, gefürchtete Geschöpfe, die mit heißen Herzen und mit kühlen Köpfen nach Astronomie strebten, nach griechischen Verben und gar nach den Kegelschnitten. Und wir standen da, strebend wie diese und die Liebe nicht lassend, und da kamen die verfeinerten, komplizierten, etwas neurasthenischen Jungs unserer Generation in den Krieg. Und wir wurden unwichtig. Wo war Seele, Ehebruch und tiefere Bedeutung? – Und arbeiteten und wurden jemand. Wir wurden Ärztinnen und Juristinnen und Journalistinnen und Ministerialbeamtinnen. Wir gingen in den Lebenskampf und bewährten uns, soweit man sich, geduldet, halb und halb gehaßt, bewähren kann. Wo wir aber auftauchten, kurzröckig, kurzhaarig und schlankbeinig, fuhren die Männer der älteren Generation zusammen und fragten: ‚Was sind das für Geschöpfe?‘ Wir antworteten: ‚Die neue Frau‘. Das war alles gestern.“*⁵³⁹

Tergits Worte verdeutlichen, dass die Werte der *Neuen Frau* bereits zu Beginn der 1930er-Jahre nicht mehr relevant schienen und die nächste Generation offenbar nach anderen Lebensinhalten strebte. Das mag auch dadurch begründet sein, dass die Emanzipation zu dieser Zeit als abgeschlossen galt und junge Frauen weder das Bedürfnis verspürten noch einen Anlass sahen, sich in gleichem Maße damit auseinanderzusetzen.

Eine völlig andere These vertritt dagegen Petra Bock, wenn sie behauptet, dass jener Generationskonflikt nur künstlich angekurbelt wurde:

„Die Frauen suchten im kritischen Meinungs Austausch ihren Platz in der Gesellschaft, nicht aber im politischen System. Ein tatsächlich vorhandener oder inszenierter Generationskon-

⁵³⁹ Zitiert nach: Bock, Petra: *Zwischen den Zeiten – Neue Frauen und die Weimarer Republik*. In: Bock, Petra; Koblitz, Katja (Hrsg.): a. a. O., S. 14.

*flikt unter den Frauengenerationen lenkte die Wahrnehmung von der politischen Realität und der Entwicklung und Umsetzung interessensspezifischer Strategien ab.*⁵⁴⁰

Der *Modernisierungsprozess* löste bei vielen, meist jungen Frauen, die aus der Provinz und aus den unteren sozialen Schichten stammten, Angst aus, da sie daran nicht partizipieren konnten oder wollten. Sie entwickelten eine Antipathie gegenüber der *Modernität* und ihren Begleiterscheinungen, mit denen sie nicht zurechtkamen. Das Idealbild der 20er-Jahre, das Bild der *Neuen Frau*, in dem sich die *Modernität* widerspiegelte, wurde von ihnen abgelehnt. Als willkommenere Lösung erschien ihnen offenbar die von den Nationalsozialisten propagierte traditionelle Frauenrolle. Die Pflichten einer Mutter und einer Hüterin des Heims konnten prinzipiell von jeder Frau erfüllt werden und versprachen darüber hinaus gesellschaftliche Anerkennung. Das Ausscheiden aus dem Berufsleben und der Verzicht auf politische Partizipation sowie der Verlust einiger Bürgerrechte wurde von diesen Frauen als das notwendige Opfer verstanden, das es zum Wohle des deutschen Volkes zu erbringen galt. Dieser Verzicht wiederum garantierte ihnen eine gefestigte und gewürdigte gesellschaftliche Position. Claudia Koonz erklärt jene Entwicklung wie folgt:

*„Nazi women like nazi men, came from predominantly lower middle-class backgrounds. [...] lower middle class women were unprepared to benefit from the changes initiated by Weimar Germany. Many had worked as sales clerks or servants prior to marriage, but these were not jobs they wished to return. Similarly, the intellectuals' Weimar Culture, so often praised by literary critics and historians, only represented chaos and decadence to them. To counter modernity they feared, nazi women worked for a return to a largely mythical past in which they might win respect and feel secure.*⁵⁴¹

Im *Dritten Reich* lebten zwei Frauengenerationen nebeneinander, die eine jeweils andere Einstellung zur Emanzipation hatten, die aus unterschiedlichen Erfahrungen damit resultierte. Gleichzeitig definierten die Frauen aus den einzelnen Gesellschaftsschichten auf sehr unterschiedliche Weise, welchen gesellschaftlichen Beitrag sie leisten wollten oder konnten. Zudem waren Lebensanschauungen und Lebensweisen, die bereits (unbewusst) verinnerlicht wurden, nicht einfach abzulegen, was zu einer partiellen Kontinuität der Errungenschaften der Emanzipation führte.

⁵⁴⁰ Bock, Petra: *Die Zeitschrift „Die Frauen-Tribüne“ 1933 – Wahrnehmungen und Deutungen im Übergang zum Nationalsozialismus*. In: Bock, Petra; Koblitz, Katja (Hrsg.): a. a. O., S. 268.

⁵⁴¹ Koonz, Claudia: *Mothers in the fatherland: Women in Nazi Germany*. In: Bridenthal, Renate; Grossmann, Atina; Kaplan, Marion: *When biology became destiny. Women in Weimar and Nazi Germany*. Monthly Review Press New York, 1984, S. 450. Vgl. auch: Grunberger, Richard: *A history of the Third Reich*. Weindenfeld and Nicolson London, 1971, die Kapitel *Family* S. 233 - 250 und *Women* S. 251 - 266.

6.3 Die nationalsozialistische deutsche Frau

Die Nationalsozialisten ideologisierten das traditionelle Frauenbild und schufen somit ihr eigenes Ideal einer *neuen* Frau, die das *Dritte Reich* repräsentieren sollte. In meiner Analyse geht es mir deshalb insbesondere darum zu untersuchen, ob dieses Frauenbild in der Presse tatsächlich das allgemein übliche war, oder ob es differenzierter dargestellt wurde.

Die Folgen der Weltwirtschaftskrise und vor allem die hohe Arbeitslosigkeit verstärkten sowohl die wirtschaftliche als auch die politische Instabilität innerhalb der Weimarer Republik und führten zu einer tiefen gesellschaftlichen Krise. Mit Hitlers Ernennung zum Reichskanzler war das Schicksal der Republik besiegelt. Die Gründung des *Dritten Reichs* wurde als Antwort auf die ökonomische, politische und gesellschaftliche Krise propagiert. Es war die so genannte *Volksgemeinschaft*, die im Vordergrund der nationalsozialistischen Ideologie standen – und nicht das Individuum. Dass sich die Nationalsozialisten des politischen Potenzials von Frauen bewusst waren und mit diesem operierten, ist bekannt. Hitler wandte sich in seinen Reden gern explizit an das weibliche Publikum, auf dessen Unterstützung seiner Politik er setzte.

*„After 1932 Hitler himself realized the importance of attracting women voters and introduced two new elements into his speeches. He warned that Bolshevism would destroy the family; and he promised that, if elected, his party would find jobs for all husbands and husbands for all unmarried women. While the percentage of women party members decreased to under 5 percent, membership in women's organizations soared and the female vote for the Nazi party increased dramatically.“*⁵⁴²

Um die Arbeitslosigkeit zu bekämpfen, wurden verheiratete Frauen ermuntert, ihre Arbeitsplätze aufzugeben. Der Kampf gegen die Doppelbeschäftigung in den Familien trug schließlich mit dazu bei, dass die hohe Arbeitslosenquote tatsächlich allmählich sank. Gleichzeitig wurden junge Frauen zur Heirat ermuntert. Im Namen des Gemeinwohls drängte man Frauen in die häusliche Sphäre zurück und erklärte die Erziehung der *neuen* deutschen Jugend zu ihrer wichtigsten Pflicht. Die folgende Aussage aus einer Rede Hitlers, die 1935 in der *Dame* erschien, macht dies

⁵⁴² Koonz, Claudia: a. a. O., S. 455. Vgl. auch: Kübler, Sabine; Kuhn, Annette; Wirtz, Wilma (Hrsg.): *Frauenalltag und Frauenbewegung im 20. Jahrhundert. Bd. 3: Frauen im deutschen Faschismus 1933 - 1945.*, Frankfurt/Main 1980.

deutlich: „*Wir sehen in der Frau die ewige Mutter unseres Volkes und die Lebens-, Arbeits- und auch Kampfgefährtin des Mannes.*“⁵⁴³

Meine Untersuchung beschränkt sich auf die Jahre bis 1938, es ist aber anzunehmen, dass sich ab 1939, nachdem Deutschland den Krieg begann die Einstellung zur Rolle der Frau im Reich infolge der Kriegswirtschaft änderte. Die Männer zogen an die Front, gingen als Arbeitskräfte verloren und mussten von Frauen ersetzt werden. Damit beschränkte sich der Dienst am Volk nicht mehr nur auf die Mutterrolle, sondern erweiterte sich auf die Sicherung zahlreicher Produktions- und Arbeitsprozesse.

Das Jahr 1933 stellte insgesamt einen starken Einschnitt in die kontinuierliche Entwicklung der Frauenemanzipation dar. Die *Neue Frau* der 1920er-Jahre wurde offiziell für überwunden erklärt, an ihre Stelle trat eine andere *neue* Frau, die das nationalsozialistische Regime repräsentierte. Der Begriff *neu* wurde dabei mit einer völlig entgegengesetzten Bedeutung versehen. Bock behauptet, dass die Einbußen der Frauenbewegung nach 1933 so stark waren, dass sie sich erst lange nach 1945 wieder hatten konstituieren können.⁵⁴⁴ Dem ist auf ideologischer und institutioneller Ebene zwar zuzustimmen ist. Dennoch ist davon auszugehen, dass es – trotz aller Restauration des traditionellen Frauenbildes – den Nationalsozialisten nicht gelang, den emanzipatorischen Prozess im Alltag völlig umzukehren.

6.4 Die Dame von 1933 bis 1938

Die Darstellung der deutschen Frau war in den untersuchten Primärquellen viel differenzierter als zunächst erwartet werden konnte. Der Ideologie nach waren Frauen auf homogene Weise für den Fortbestand des Volkes zuständig, abgebildet wurden sie in den Zeitschriften aber als individuelle elegante, sportliche oder reiselustige Wesen – also genauso wie die *Neue Frau* in den 20er Jahren. Dies mag zum Teil auch daran liegen, dass es sich um repräsentative Zeitschriften handelte, die das moderne Bild des *Dritten Reichs* im In-, aber insbesondere im Ausland propagieren sollten. Dennoch ist anzunehmen, dass dies nicht der einzige Grund war. Vielmehr ist davon auszugehen, dass im *Dritten Reich* tatsächlich ein Publikum existierte, das sich in diesen Zeitschriften wiederfand. Was gegen die Jahre lang vertretene Über-

⁵⁴³ Anonym: *Der Führer spricht zu den Frauen*. In: Die Dame, Jg. 62, H. 21, (Oktober) 1935, S. 3.

⁵⁴⁴ Bock, Petra; Koblitz, Katja (Hrsg.): a. a. O., S. 9.

zeugung spricht, dass der Nationalsozialismus alle Lebensbereiche vollständig durchdrungen hatte, bzw. das Leben im Regime völlig eindimensional war.⁵⁴⁵

Bei der näheren Betrachtung der textlichen Darstellung bestätigt sich allerdings, dass diese durchaus das traditionelle Frauenbild bedienen. Zwar geschieht das nicht zwingend mit Hilfe der klassischen *Frauenthemen*, wie Küche, Kindererziehung, Haushaltsführung u. ä., sondern ist insbesondere an den Beiträgen zu sehen, in denen traditionell weibliche Tugenden gepriesen und Frauen als verständnisvolle und fürsorgliche Partnerin, Ehefrau und Mutter inszeniert werden.

Mit dem Beginn des *Dritten Reichs* geriet *Die Dame* in eine schwierige Lage, denn:

„In die ‚Volksgemeinschaft‘ paßten die vornehmen und eleganten Publikationen der ‚Dame‘ und auch ihr Titel eigentlich nicht mehr. Und trotzdem bestand die Zeitschrift, so wie sie war, weiter und erlebte nun sogar noch eine Blütezeit, wenn auch mit anderen Zielen und Tendenzen.“⁵⁴⁶

Nicht nur, dass das Blatt weiterhin eine wichtige Rolle zur Geschmacksbildung in Sachen Lebenskultur und Mode spielte, sie übernahm nach 1933 auch eine politische Funktion, die in der Inszenierung des *neuen* Deutschlands sowohl im In- als auch im Ausland bestand. Sie propagierte das *Dritte Reich* so, wie es von der Welt gesehen werden sollte: als ein modernes Land, in dem die Menschen glücklich, schön, gepflegt und gebildet sind. Von der Wichtigkeit dieser Aufgabe zeugt auch das Bemühen, das Heft so lange erscheinen zu lassen, wie es Krieg und Papiermangel erlaubten.

„Die Dame‘ bekam daher jetzt die Aufgabe, ein Bindeglied im diplomatischen Sinne mit den einzelnen Ländern zu werden. Sie sollte Propagandazeitschrift für die nationalsozialistischen Ideen im In- und Ausland sein.“⁵⁴⁷

Diese Aufgabe hatte die Zeitschrift erfolgreich erfüllt.⁵⁴⁸ 1933 musste Gottfried Korff, der bisherige Chefredakteur der *Dame* das Land verlassen. An seiner Stelle wurde Ludwig Emanuel Reindl zum neuen Chefredakteur ernannt. Ferber behauptet: „Reindl machte eine Zeitschrift mit starken Akzenten entpolitisierte deutscher

⁵⁴⁵ Dass es im Dritten Reich durchaus moderne Entwicklungstendenzen gab, man sogar von einer „Modernität“ sprechen kann wird von durch neue kulturwissenschaftliche Forschungsansätze bewiesen. Vgl. Schütz, Erhard; Streim, Gregor (Hrsg.): *Reflexe und Reflexionen von Modernität 1933 - 1945*. Peter Lang Berlin, 2002.

⁵⁴⁶ Schäffling, Rosa Friderika: a. a. O., S. 81.

⁵⁴⁷ Ebenda, S. 82.

⁵⁴⁸ Beispielsweise in: *Die Dame*, Jg. 61, H. 5, (Januar) 1934, S. 18 werden ausländische Diplomaten im Dritten Reich abgebildet.

*Literatur.*⁵⁴⁹ Wie im 4. Kapitel angeführt, war *Die Dame* von Anfang an apolitisch und in erster Linie auf Mode- und Gesellschaftsnachrichten konzentriert. Auch nach 1933 gelang es ihr, ihrer Linie treu zu bleiben und sich von politischen Themen überwiegend fernzuhalten, was sicher auch Reindl zuzuschreiben ist. Jedoch ist die apolitische Haltung vor allem als Weiterführung des Konzepts zu verstehen. Zwar erschienen in der *Dame* gelegentlich Bilder mit nationalsozialistischer Thematik⁵⁵⁰, z. B. von Hitler oder der Hitlerjugend, doch gab es – zumindest bis 1938 – fast keine politischen Texte, Äußerungen oder Kommentare, und wenn, dann nur knappe. Der Aussage, dass *Die Dame* „unter der Diktatur ein gut gemachtes Produkt des Maulwurfs-Journalismus gewesen“⁵⁵¹ sei, muss trotzdem widersprochen werden. Von subversiven Tendenzen, die der Begriff „Maulwurfs-Journalismus“ nahelegt, kann keine Rede sein, da *Die Dame* das politische Geschehen programmatisch nicht offenkundig reflektierte.

Die Qualität des Feuilletons wurde derweil auch nach 1933 gewahrt. Dafür sorgten Autoren wie Walter Kiaulehn, Christian Beck, Herbert von Nostitz, Friedrich Weylandt, Gerte Illing, Heinrich Hemmer oder Franz Hessel.⁵⁵² Auffällig war, dass sich die Berichterstattung zunehmend auf das Heimatland konzentrierte und weniger auf das Ausland. Diese Tendenz ist vor allem an der zunehmend sinkenden Anzahl der Berichte aus den USA abzulesen, obwohl Nachrichten aus Hollywood immer noch aktuell waren. Die Abonnentenzahl ging von 53 510 im Jahr 1929 auf 34 350 im Jahr 1935 zurück, 1939 betrug sie allerdings wieder über 50 000. Nach 1940 erschien *Die Dame* – infolge des Papiermangels – auf schlechterem Papier, ab 1942 war sie in Deutschland nicht mehr erhältlich und 1944 wurde sie eingestellt.

6.5 *Die neue linie* von 1933 bis 1938

Die Zeitschrift *die neue linie* setzte sich bereits mit der ersten Ausgabe im Jahr 1929 das Ziel, sich verstärkt auf deutsche Themen zu konzentrieren, wodurch die Veränderungen nach 1933 weniger offensichtlich waren als bei der *Dame*. Obwohl die Aufgabe der *neuen linie* nicht explizit in Propaganda für das *Dritte Reich* bestand,

⁵⁴⁹ Ferber, Christian: a. a. O., S. 12.

⁵⁵⁰ So erschien z. B. in: *Die Dame*, Jg. 62, H. 4, (April) 1935, S. 1 die Fahne der NSDAP im Zusammenhang mit dem Text von REX / Hemmer, Heinrich, der eigentlich über die internationale Automobilausstellung berichtet.

⁵⁵¹ Ebenda.

⁵⁵² Hessel publizierte trotz seiner jüdischen Herkunft in *Der Dame* und auch in *der neuen linie*. Exemplarisch sei hier folgender Artikel genannt: Hessel, Franz: *Das Lederetui*. In: *Die Dame*, Jg. 61, H. 22, 1934, S. 23 - 24.

trat ihre affirmative Haltung gegenüber dem Regime – im Gegensatz zur *Dame* – viel offener in Erscheinung, auch wenn direkte politische Stellungnahmen bis 1938 vermieden wurden. Auf den Seiten der Zeitschrift finden sich Berichte über die SS⁵⁵³, Fotos von deutschen Soldaten, von Hitler, Goebbels und Himmler mit Familie, aber auch Ratespiele über deutsche Trachten, Kostproben des Humors der deutschen Stämme, „*Weihnachten der deutschen Stämme*“⁵⁵⁴, Artikel über den „*Bauwillen des III. Reiches*“⁵⁵⁵ u. ä. Die Reiseziele, die nach 1933 präsentiert wurden, befanden sich überwiegend in Deutschland, wie z. B. die Alpen oder der Schwarzwald. Bei den Auslandszielen wurden Nachbarländer wie Polen oder Tschechien⁵⁵⁶ bevorzugt, aber vereinzelt auch fernere Ziele wie Griechenland⁵⁵⁷ oder die Sahara⁵⁵⁸ dargeboten. 1936 widmete sich die Zeitschrift sowohl den Olympischen Spielen als auch den Ländern, die daran teilnahmen.⁵⁵⁹ Im gleichen Jahr erschienen zudem Sondernummern, welche die einzelnen Staaten der Alliiertenachse vorstellten, u. a. Italien⁵⁶⁰ und Japan⁵⁶¹. Die Werbeseiten widmeten sich weiterhin auch dem Reiseziel Amerika.⁵⁶²

Obwohl die meisten Feuilletons unverfängliche Themen behandelten, kann man die Zeitschrift dennoch nicht als apolitisch bezeichnen. *die neue linie* war nicht nur regimekonform, sondern ein wichtiges Aushängeschild des *Dritten Reiches*.

Zu den Autoren, die für *die neue linie* schrieben, gehörten Peter Bamm, Otto Nickel, Paul Fechter, Helen von Nostitz, Kasimir Edschmidt, Maxim Ziese, Friedrich Schnack, Friederica Luft und Peter Behrens. Das Besondere an der *neuen linie* ist, dass es sich dabei um eine modern gestaltete Zeitschrift mit vorwiegend konservativem Inhalt handelt, deshalb kann sie auch als ein Paradeprodukt der so genan-

⁵⁵³ Z. B.: Anonym: *Der neue Orden*. In: *die neue linie*, Jg. VIII, H. 1, (September) 1936, S. 15. Text anlässlich des 8. Parteitags der NSDAP in Nürnberg.

⁵⁵⁴ Anonym: *Weihnachten der deutschen Stämme*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 4, (Dezember) 1933, S. 10.

⁵⁵⁵ Vgl. Hellweg, Fritz: *Der Bauwille des Dritten Reichs*. *die neue linie* Jg. VII., H. 6, (Februar) 1936, S. 28. Vgl. zum Thema auch: Behrens, Peter: *Die Baugesinnung des Faschismus*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 3, (November) 1933, S. 11.

⁵⁵⁶ Z. B. Breitenkamp, Paul: *Polen gestern und heute*. In: *die neue linie*, Jg. VII, H. 5, (Januar) 1936, S. 6 Und: Anonym: *Deutsche Meister in Böhmen*. In: *die neue linie*, Jg. X, H. 3, (November) 1938, S. 22.

⁵⁵⁷ Andres, Stefan: *Insel Hellas. Kykladen Fahrt von Stefan Andres*. In: *die neue linie*, Jg. VII, H. 3, (November) 1935, S. 13.

⁵⁵⁸ Ponten, Josef: *Am Rande der Sahara*. In: *die neue linie*, Jg. VIII, H. 6, (Februar) 1937, S. 12.

⁵⁵⁹ *Olympia Nummer*. In: *die neue linie*, Jg. VII, (Februar) 1936, H. 6.

⁵⁶⁰ *Italienheft*. In: *die neue linie*, Jg. IX, H. 5, (Januar) 1938.

⁵⁶¹ *Japanheft*. In: *die neue linie*, Jg. VIII, H. 5, (Januar) 1937.

⁵⁶² Z. B. *Werbung für die Amerika-Linie*. In: *die neue linie*, Jg. VII, H. 10, (Juni) 1936, S. 5.

nten „*rechten Avantgarde*“⁵⁶³. gelten Die moderne und innovative Aufmachung hatte die Zeitschrift ehemaligen Bauhäuslern zu verdanken, die in der Redaktion als Grafiker arbeiteten. Für die Gestaltung der Einbände und Werbeseiten zeichneten vor allem die Gebrüder Neuner oder das Studio Dorland unter der Leitung von Herbert Bayer bzw. von 1933 bis 1936 Herbert Bayer und Kurt Kranz verantwortlich⁵⁶⁴. Einige der Grafiker, die *die neue linie* gestalteten, wie z. B. Mies van der Rohe oder Herbert Bayer, arbeiteten nach 1945 für moderne US-amerikanische Magazine.

Brüning fasst die Entwicklung der Zeitschrift wie folgt zusammen:

„*Die Neue Linie*’, modernste Kulturzeitschrift Deutschlands, konnte auch nach dem Ausscheiden ihres Herausgebers B. E. Werner aus der Reichspressekammer, nach der alten Konzeption vornehm und abwechslungsreich künstlerisch ausgestattet, weiterhin erscheinen. Sie bot selbst während einschneidender inhaltlicher Wandlungen eine Plattform für ‚freiere’ künstlerische Äußerungen, sogar für graphische Experimente. Während ihrer allmählichen Umwandlung von der weltoffenen Kulturzeitschrift zum Werbeorgan für nationalsozialistische Lebenseinstellung vollzog sich durch die Einflußnahme des RMVP nicht nur eine Öffnung für ein breiteres Publikum, sondern auch eine thematische Lenkung, die bis zu Motivvorschriften und Ausführungsanweisungen für die Titelblätter reichen konnte.“⁵⁶⁵

Ähnlich wie *Die Dame* war auch *die neue linie* Anfang der 1940er-Jahre in Deutschland nicht mehr erhältlich, im März 1943 wurde sie eingestellt. Sie erfüllte jedoch weiterhin einen wichtigen Propagandazweck:

„Während nun die anderen deutschen repräsentativen Zeitschriften an Güte der Ausstattung sichtbar nachließen, wurde ‚die neue linie’ trotz des Krieges in ihrer Ausführung merkwürdigerweise immer schöner, eleganter und drucktechnisch hochwertiger.“⁵⁶⁶

6.5.1 *Die Dame* und *die neue linie* im Vergleich

Die neue linie blieb während ihres gesamten Bestehens dem selbst gestellten Ziel treu, sich auf einheimische Themen zu konzentrieren. Bei der *Dame* kam es nach 1933 zu einer merkbaren Veränderung, da sie nunmehr in geringerem Maße ausländische Vorbilder präsentierte, dafür zunehmend deutsche Themen, beispiels-

⁵⁶³ Mit dem Begriff „*rechte Avantgarde*“, bezeichnet Bertschik die modernistischen Tendenzen der Modeästhetik während des Nationalsozialismus. Vgl.: Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*. a. a. O., S.348.

⁵⁶⁴ Vgl. Schäffling, Rosa Friederika: a. a. O., S. 92. Vgl. auch: Brüning, Ute: a. a. O., S. 24 - 47.

⁵⁶⁵ Ebenda, S. 44. Die Abkürzung *RMVP* steht für das *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*.

⁵⁶⁶ Schäffling, Rosa Friederika: a. a. O., S. 92. *Die neue linie* erschien 1931 in einer Auflage von 33 000, 1933 von 39 000, 1935 von 40 665 und 1937 von 40 166 Stück.

weise den *deutschen* Stil oder die *deutschen* Humor. Beide Zeitschriften waren allerdings gleichermaßen prunkvolle Aushängeschilder für das *neue* Deutschland und wurden zunehmend für Propagandazwecke im Ausland, aber auch im Inland eingesetzt. Es ist insgesamt auffällig, dass sich die Berichterstattung nach 1933 immer weniger Amerika im Allgemeinen bzw. Hollywood im Speziellen widmete, dafür aber verstärkt Deutschland und seine Verbündeten oder Nachbarländer. Weniger Hollywood war jedoch nicht mit weniger Glamour gleichzusetzen.

In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass sich die Rhetorik der Zeitschriften nach 1939 veränderte. Da dieser Zeitraum aber nicht Bestandteil meiner Untersuchung ist, sei hier nur ein kurzer Rückblick geboten:

Nach 1939 waren selbst in der betont apolitischen *Dame* weit mehr politische Bilder zu sehen als vorher, aber dennoch deutlich weniger als in der *neuen linie*, in der die nationalsozialistische Ideologie sehr präsent war. In jedem Heft der *neuen linie* erschienen Bilder von Soldaten an der Front, es wurden aber nur Gesichter und die Technik gezeigt. Beide Zeitschriften veröffentlichten weiterhin Reiseberichte aus aller Welt⁵⁶⁷, wobei in der *neuen linie* Sonderhefte⁵⁶⁸ über verbündete Länder erschienen. Ab 1942 verschlechterte sich die Papierqualität, und auch die Seitenzahl verringerte sich bei beiden Zeitschriften. So hatte *Die Dame* 1942 lediglich 43 Seiten, 1943 waren es sogar nur noch 30. Bei der *neuen linie* war die Situation vergleichbar. Bemerkenswert ist, dass in beiden Zeitschriften – trotz des Krieges – weiterhin Luxusprodukte beworben wurden. Es handelte sich dabei überwiegend um Mode und Kosmetik (*Hudnut*, *Elisabeth Arden*, *Ellen Betrix*, *Kaloderma* usw.). Äußerlich wurden die Frauen genauso abgebildet wie in den 1920er-Jahren. In den Texten wurde weiterhin ihre traditionelle Rolle als gute Ehefrau, Mutter, Hausfrau und Gastgeberin hervorgehoben. *Die neue linie* unterstützte auf den ersten Blick unauffällig, aber doch programmatisch die Erziehung der *neuen Frau* im Sinne der nationalsozialistischen Ideologie. Diese Divergenzen zwischen dem Bild- und Textteil⁵⁶⁹ zeugen gleichzeitig von der Ambivalenz des Frauenbildes in den 1930er-Jahren.

⁵⁶⁷ Z. B. *Jugoslawienheft*. In: *die neue linie*, Jg. XI, H. 5, (Mai) 1939. Und: *Provence*. In: *die neue linie*, Jg. XI, H. 9, (September) 1939. 1941 sind es Reisen nach Norwegen oder Libyen. In *Die Dame* sind es beispielsweise die Reiseziele Dänemark, Spanien, Ungarn und Österreich.

⁵⁶⁸ *Japanheft*. a. a. O. Und: *Italienheft*. a. a. O.

⁵⁶⁹ Widersprüchliche Darstellungen von Frauen in Bild- und Textteilen wurden von Bertschik am Beispiel der Zeitschrift *Die Mode* in der Zeit von 1941 bis 1943 beschrieben. Bertschik, Julia: *Zopf mit Bubikopf. Modejournalismus im „Dritten Reich“ am Beispiel der Zeitschrift „Die Mode“ (1941 - 1943)*. In: Schütz, Erhard; Streim, Georg (Hrsg.): a. a. O., S. 272 - 291.

6.6 Die Darstellung der deutschen Frau in den Zeitschriften *Die Dame* und *die neue linie* von 1933 bis 1938

In den untersuchten Zeitschriften weichen die bildlichen und die textlichen Frauendarstellungen wesentlich von einander ab. Eine vergleichbare Differenz war zwar bereits während der 20er-Jahre festzustellen (vgl. 4. Kapitel), nach 1933 zeigt sich diese jedoch viel deutlicher. Diskussionen über die veränderte gesellschaftliche Rolle der Frau im *Dritten Reich* hingegen waren in den untersuchten Zeitschriften kaum ausfindig zu machen. Die Textbeiträge in beiden, vor allem aber jene in der *neuen linie*, zeigen Frauen nahezu ausschließlich als Mutter und Hausfrau und stützen damit das nationalsozialistische Weiblichkeitsideal⁵⁷⁰. Davon zeugen zahlreiche Feuilletons, Novellen⁵⁷¹, Fortsetzungsromane über die Liebe, Rubriken über Haushaltsführung, gesunde Ernährung und Kochen, Kindererziehung oder Anleitungen zu Handarbeiten. Ein Ergebnis meiner Untersuchung ist, dass in den Zeitschriften das traditionelle Frauenideal nicht diskutiert, sondern schlichtweg propagiert wird. Als Beispiel soll hier ein Text von 1938 mit dem Titel *Erziehung zur Harmonie*⁵⁷² genannt werden, in dem beschrieben wird, wie die im Sinne der Ideologie optimale Frauenerziehung im entscheidenden Alter von 17 bis 27 auszusehen hat. Als „*harmonisches Wesen*“⁵⁷³ erscheint darin eine allgemein gebildete, junge Frau, die gleichzeitig fähig ist, den Haushalt zu führen, zu kochen und zu nähen:

„Das BDM-Werk ‚Glaube und Schönheit‘, das zu Anfang dieses Jahres vom Reichsjugendführer ins Leben gerufen wurde und die Mädchen in den entscheidenden Jahren von 17 bis 27 erfaßt, ist als das große moderne Bildungs- und Erziehungswerk deutscher Mädchen anzusehen. In ihm findet alles Raum, was den Blick weitert, die natürlichen Gaben, die Anmut des Körpers und die Ausgeglichenheit des Wesens weckt und entwickelt. Der Sommer ist hauptsächlich dem Sport und der Körperschulung gewidmet. [...] Im Winter treten die Arbeitsgemeinschaften in den Vordergrund, in denen sich Mädchen nach ihren Interessen zusammenschließen, und die Musik, Literatur, Laienspiel, Kunstgeschichte, Architektur, Fotografie, Geschichte und Auslandskunde ebenso umfassen wie Hauswirtschaft, gesunde Lebensführung und Schneiderei. Auf diese Weise werden schöne, frische und gesunde Frauen erzogen, die, wo sie auch immer hingestellt sein mögen, die Harmonie ihres Wesens strahlen.“⁵⁷⁴

⁵⁷⁰ Vgl. Frobenius, Else: *Zeitgeschichte. Politisches ABC des Neuen Reichs. Die Frau im Dritten Reich*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 2, (Oktober) 1933, S. 7. Und: Anonym: *Die deutsche Frau im Spiegel der Völker und Zeiten*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 1, (September) 1933, S. 31.

⁵⁷¹ Vgl. Bauer, Josef Martin: *Mutter, sonst nichts*. (Preisnovelle) In: *die neue linie*, Jg. V, H. 3, (November) 1933, S. 24.

⁵⁷² Anonym: *Erziehung zur Harmonie*. In: *die neue linie*, Jg. X, H. 2, (Oktober) 1938, S. 31.

⁵⁷³ Ebenda.

⁵⁷⁴ Ebenda.

Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass die bildliche Darstellung – konträr zur Textaussage – eine moderne, selbstbewusste, gepflegte, aktive und elegante Frau präsentiert. Diese wird als Abenteurerin, Sportlerin⁵⁷⁵, Reisende oder Lebedame abgebildet. Die Bilder zeigen sie als technisch kompetent, z. B. als Fliegerin⁵⁷⁶ oder als Autofahrerin.

Vor allem das Automobil⁵⁷⁷, dass bereits in den 20er-Jahren zum Wahrzeichen der *Neuen Frau* wird, spielt nach 1933 bei der Illustration der nationalsozialistischen Frau eine besondere Rolle. In der Werbung werden häufig neue Automobile präsentiert, und dass damit eine weibliche Zielgruppe angesprochen ist, davon zeugt, dass zu den neuesten Automodellen gleich die passende Mode angeboten wird. In einer Autowerbung aus dem Jahr 1934 heißt es sogar: „[...] Autofahren wird durch *geniale Verbesserungen von Jahr zu Jahr einfacher. Es ist jetzt für eine Frau fast ebenso leicht, ein Auto zu lenken, wie einen Jumper zu stricken.*“⁵⁷⁸ Auch im Feuilleton taucht die Thematik des Autofahrens immer wieder auf, genauso häufig wie in den 20er-Jahren. So schildert Peter Bamm in seinem Feuilleton *Automoral* die „*Dame am Volant*“:

„Waren wir doch lange der Meinung, daß Maschinen, diese Resultate des Nachdenkens, nur von einer so zum Nachdenken prädestinierten Sorte von Menschen, wie es die Männer sind, gelenkt werden könnten. Die Dame am Volant hat uns mehr Einbuße am Ansehen gekostet als die ganze Emanzipation. Aber sind wir nicht dafür aufs reichlichste entschädigt? Welch bezaubernder Anblick, wenn die 120 Pferde den leisen Druck eines Pfötchen gehorchen, dessen Handschuh so genau mit der Farbe der Außenlackierung übereinstimmt! [...] Die Eleganz einer modernen Geschwindigkeitsmaschine fordert in eindeutiger Weise dazu auf, sie durch eine Lady am Volant zu ergänzen.“⁵⁷⁹

Das Autofahren verbindet man also auch nach 1933 mit der Unabhängigkeit der Frau. Dennoch ist davon auszugehen, dass für Frauen die Freiheit allein darin bestand, ihr Auto zu lenken, ihr Leben aber aufgrund der offiziellen Ideologie nicht.

In diesem Zusammenhang stellt sich natürlich die Frage, für welchen Leserkreis, spricht: für welche deutschen Frauen, die Zeitschriften *Die Dame* und *die neue line*

⁵⁷⁵ Anonym: *Mode: sportgerecht*. In: *die neue linie*, Jg. VII, H. 1, (September) 1935, S. 32 - 33. „*Die Frau*“ wird hier als Reiterin, Fliegerin, Fahrradfahrerin, Autofahrerin, Golferin, Jägerin und Wanderin abgebildet.

⁵⁷⁶ Z. B. Anonym: *Fliegen privat*. In: *die neue linie*, Jg. VII, H. 1, (September) 1935, S. 7. Und: Anonym: *Foto einer Fliegerin*. In: *Die Dame*, Jg. 64, H. 16, (Juni) 1937, S. 7.

⁵⁷⁷ Vgl. „*Automobil-Amazonen*“. In: Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*. a. a. O., S. 247 - 252.

⁵⁷⁸ Anonym: *Autoausstellung für die Frau*. In: *Die Dame*, Jg. 62, H. 6, (Februar) 1934, S. 2.

⁵⁷⁹ Bamm, Peter: *Automoral*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 3, (November) 1933, S. 15. Vgl. auch: Nostitz, Helene von: *Empfindsame Autofahrt in den Frühling*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 8, (April) 1934, S. 1.

bestimmt waren. Denn Frauen standen – der Logik der nationalsozialistischen Ideologie konsequent folgend – allein im Dienste der *Volksgemeinschaft* und hatten in ihrer Mutterrolle aufzugehen. Wozu brauchte man also derartig exklusive Zeitschriften? Sie waren für ein kaufkräftiges Publikum bestimmt, wovon nicht zuletzt die beworbenen Luxusgüter und Markenwaren, Pariser Modelle⁵⁸⁰, Autos, Kosmetika und auch die Reiseziele zeugen. Für die deutsche Durchschnittsfrau war diese Werbung nicht bestimmt. Udo Pini drückte es wie folgt aus:

*„Die Stilvollen und die Vermögenden machten vor, was große Garderobe sein konnte, die vielen Mitläuferinnen und Flirts der allzu gern Uniformierten ahmten nach. [...] ‚Die Dame‘ und ‚Die Neue Linie‘ hießen die tonangebenden Illustrierten. Ganz im Geiste der neuen Zeit wurde dort posiert.“*⁵⁸¹

Dies änderte nichts daran, dass die Magazine auch nach 1933 als repräsentative Zeitschriften eine Vorbildfunktion für Frauen aus unterschiedlichen sozialen Schichten spielten. Obwohl diese Zeitschriften zu Propagandazwecken des *neuen* Deutschlands im Ausland instrumentalisiert wurden, waren sie durchaus auch für den deutschen Markt und somit für die deutschen Leserinnen bestimmt. Pini vertritt die These, dass die Tipps zur Schönheitspflege, Kindererziehung oder Haushaltsführung eine ideologische Funktion erfüllten:

*„Der offiziell und ideologisch sehr genehm zur Passivität vergatterten Frau blieb im Dritten Reich keine besondere Rolle in der Werbung. Sie wurde auf ihre Biologie beschränkt und in ihrer Reduktion bestärkt: Sei schön und mehre dich.“*⁵⁸²

Pinis Auffassung relativierend muss jedoch betont werden, dass der typische deutsche Muttertyp mit Gretchenfrisur und Tracht in der Werbung kaum vertreten war. Eine zusätzliche Aufgabe jener repräsentativen Zeitschriften war es nämlich, deutsche Mode auf dem internationalen Markt zu präsentieren. Um erfolgreich zu sein, musste diese Mode konkurrenzfähig sein, d. h. die spezifisch nationalen, traditionellen Charakterzüge überwinden.⁵⁸³

Der eklatante Widerspruch zwischen Bild und Text in der Darstellung von Weiblichkeit bezeugt, wie ambivalent das Verhältnis des Regimes zur Frauen allgemein

⁵⁸⁰ Anonym: *Mode – Paris Vorbild*. In: *Die Dame*, Jg. V, H. 5, (Januar) 1934, S. 29. Und: Anonym: *Paris als Vergleich und Anregung – Mode*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 6, (Februar) 1934, S. 29. Vgl. auch: Anonym: *Deutsche Modelle aus deutschen Stoffen*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 2, (Oktober) 1933, S. 25.

⁵⁸¹ Pini, Udo: *Liebeskult und Liebeskitsch. Erotik im Dritten Reich*. Klinkhardt & Berimann München, 1992, S. 262.

⁵⁸² Ebenda, S. 310.

⁵⁸³ Vgl. Bertschik, Julia: *Zopf mit Bubikopf. Modejournalismus im „Dritten Reich“ am Beispiel der Zeitschrift „Die Mode“ (1941 - 1943)*. a. a. O., S. 272 - 291.

war. Einerseits propagierte man im textlichen Teil die klassische Frauenrolle, andererseits funktionalisierte man mit den Abbildungen des modernen Frauentypus der 20er-Jahre eine auf Mode deklassierte Moderne. Dieses Verfahren konstatiert auch Anja Schmitt-Ott, die in ihrer Untersuchung der *Dame* und der *neuen linie* der Frage nachgeht, inwieweit das offizielle Frauenbild dem in der Gesellschaft verbreiteten entsprach und welche Reaktionen es in der sozialen Realität fand. Dabei konzentrierte sie sich auf die Bereiche Mode, Aussehen und Erscheinung, die sie anhand von Werbetexten und Annoncen untersucht.⁵⁸⁴ Sie kommt zu dem Ergebnis, dass Werbung für Kosmetikartikel, dauergewellte Frisuren, Schönheitsoperationen oder körperformenden Mittel, die eher dem schlanken Ideal der 20er Jahre entsprachen, auch im Nationalsozialismus präsent blieb:

*„Dieser Trend hörte auch im Dritten Reich nicht vollständig auf, und die erotische, interessante, schöne Frau bleibt weiterhin ein Wunschtraum und Idealbild vieler, Frauen wie Männer. Die Frau, die viel in ihr Aussehen investierte, die mit einer zum Teil recht mondänen, aufreizenden Mode spielte, die ihren Körper in bestimmter Weise formen wollte, existierte so neben und trotz den Versuchen, einen ‚Mutterkult‘ durchzusetzen und damit einen Typus Frau, die sich nicht so sehr um Aussehen kümmerte, ihre Erotik auf rein biologische Funktion reduzierte und die weibliche Arbeit begeistert auf die drei Ks (Kinder, Küche, Kirche) beschränkte.“*⁵⁸⁵

Die Nationalsozialisten bedienten sich durchaus der charakteristischen Merkmale der *modernen* Frau, wie z. B. ihres Aussehens, ihrer Sportlichkeit und Arbeitskraft. Gleichzeitig drängten sie die Frau in die häusliche Sphäre zurück und förderten die Wiederkehr traditioneller Tugenden. Beide Zeitschriften richteten sich an die deutsche Vorzeigefrau, jedoch nicht an die Durchschnittsfrau dieser Jahre.

6.7 Der Diskurs über Frauenarbeit im *Berliner Tageblatt*

Neuere Untersuchungen zeigten wiederholt, dass das nationalsozialistische Frauenbild nicht so eindeutig und eindimensional war, wie man lange annahm. Galvan kommt zu folgendem Ergebnis:

„[...] bei genauerer Betrachtung nämlich ist auch hier jener Eklektismus, der für die gesamte Ideologie des Nationalsozialismus so charakteristisch ist, nicht zu übersehen: es sollte offenbar möglichst viel integrierbar sein, von der tapferen Gefährtin der ‚Kämpfer‘ der ersten

⁵⁸⁴ Vgl. Schmitt-Ott, Anja C.: *„Die Frau hat die Aufgabe, schön zu sein und Kinder zur Welt zu bringen“*. Das Bild der Frau im Dritten Reich – zwischen nationalsozialistischem Dogma und populären Frauenzeitschriften. In: JUNI, Magazin für Literatur und Politik. Spielräume des Einzelnen. Deutsche Literatur in der Weimarer Republik und im Dritten Reich. Berlin, Weidler Verlag, 1999, S. 245 - 264.

⁵⁸⁵ Ebenda, S. 261.

Stunde zur späteren ebenso tapferen Soldatenbraut, von der jungen, fröhlichen und sportlichen Mutter zur Frau, die Mann und Söhne klaglos-heroisch für das Vaterland opfert, von der völlig auf sich gestellten Mutter, die ihre Kinder allein durchbringt (und spätestens hier gerät das Hausfrau- und Mutterideal mit der Wirklichkeit in Konflikt) zur kinderlosen Frau, der eine ‚geistige Mutterschaft‘ angeboten wird.“⁵⁸⁶

Über dieses differenzierte Frauenbild gibt auch eine öffentliche Diskussion zum Thema *Frauenarbeit* Zeugnis, die 1933 in der Beilage des *Berliner Tageblatts Die Brücke*⁵⁸⁷ stattfand. Die Errungenschaften der Weimarer Verfassung, die den Frauen u. a. Gleichberechtigung garantierte, waren nach 1933 gefährdet. Um die Arbeitslosigkeit zu senken, erklärten die Nationalsozialisten dem *Doppelverdienertum*⁵⁸⁸ den Kampf, d. h. arbeitenden und vor allem verheirateten Frauen wurde nahegelegt, ihren Arbeitsplatz aufzugeben und sich in die häusliche Sphäre zurückzuziehen, um Arbeitsplätze für die Männern freizumachen. Beispielsweise erhielten Frauen im Staatsdienst, wie Postbeamtinnen, eine Abfindung, wenn sie nach der Heirat ihre Arbeit freiwillig aufgaben. Besonders problematisch war die Situation hingegen für Lehrerinnen, die ledig sein mussten, oder für Beamtinnen, die unverheiratet waren, wenn sie ein Kind hatten, denn damit machten sie sich eines disziplinären Vergehens schuldig, was wiederum mit einer Kündigung bestraft werden konnte.⁵⁸⁹ 1933 wird im *Berliner Tageblatt* der Inhalt eine Rede von Goebbels wiedergegeben im Zusammenhang mit der Ausstellung *Die Frau von heute* hielt und in der er die gesellschaftliche Funktion der Frau ganz klar definiert:

„Die nationalsozialistische Bewegung sei missverstanden worden, wenn sie wegen der geforderten Ausschaltung der Frauen aus dem politischen Leben angegriffen worden sind. [...] Es handele sich nur um ihre Entfernung aus dem direkten politischen Kampf. [...] Um den

⁵⁸⁶ Galvan, Elisabeth: *Mütter-Reich. Zur deutschen Erzählprosa der Dreißiger Jahre*. Verlag Hans-Dietrich Heinz Stuttgart, 1994, das Kapitel *Wehrhaft-germanische Urmütter und „Fruchtschoß des Dritten Reichs“: Schwierigkeiten mit einem „nationalsozialistischen Frauenbild“*, S. 28. Zur Rolle der Frau im Dritten Reich vgl. auch: Thalmann, Rita: *Frauendasein im Dritten Reich*. München Hanser, 1984 Und: Wittrock, Christine: *Weiblichkeitsmythen. Das Frauenbild im Faschismus und seine Vorläufer in der Frauenbewegung der 20er Jahre*. Siedler München, 1983.

⁵⁸⁷ Vgl. Isolani, Gertrud: *Die Frau in der Öffentlichkeit. Gleichwerig dem Mann, wenn auch leider nicht gleichberechtigt*. In: *BT, Die Brücke*, 16.4.1933. Ebenda auch der Artikel von H.W.: *Der Kampf ums Dasein. Die sozial-ethische Berechtigung der Frau*. Und Weiss Sandvoss, Elisabeth: *Die Frau als Mitarbeiterin*.

⁵⁸⁸ Vgl. Dibur: *Weibliche Arbeit billiger. Nur die Not der Zeit zwingt die Frau zur Berufsarbeit*. In: *BT, Die Brücke*, 25.6.1933. Der Artikel ist Bestandteil einer Diskussion zum Thema Frauenberuf – Doppelverdienertum, in der sowohl die Befürworter als auch Gegner des Auscheidens der Frau aus dem Berufsleben zu Wort kamen

⁵⁸⁹ Vgl. Schmidt, Luisa: *Die Stellung der Beamtin. Worin bestehen die Schwierigkeiten des Problems?* In: *BT, Die Brücke*, 15.6.1933.

*ständigen Geburtenrückgang aufzuhalten, werde mit den liberalen Einstellung zu Familie und Kind gebrochen werden.*⁵⁹⁰

Am 25. Juni 1933 widmete die Beilage *Die Brücke* des *Berliner Tageblatts* der Problematik des *Doppelverdienertums* und der Berufstätigkeit von Frauen zwei ganze Seiten. Die hier erschienenen Texte sprachen sich sowohl für wie auch gegen die Frauenarbeit aus. Luise Hartmann wies in ihrem Text darauf hin, dass es zehn Millionen arbeitende Frauen gebe, davon 1,5 Millionen Angestellte, von denen wiederum 94 Prozent ledig seien. Deshalb stellte sie die Frage: „Gibt es noch *Doppelverdienerinnen*?“⁵⁹¹ Eine berechnete Frage, zumal Frauenarbeit deutlich billiger und deshalb sehr gefragt war. So hieß es in einem diesbezüglichen Artikel:

*„Z. B. ist Arbeitsplatz nicht gleich Arbeitsplatz, [...] die Arbeitskraft der Frau ist auch – und das soll hier extra unterstrichen werden – bei gleicher Leistung viel billiger notiert als die des Mannes. [...] Also das Doppelverdienertum wird noch zur Schmutzkonkurrenz, nur weil die Leistung der Frau aus Marktgründen künstlich unterbewertet wird.“*⁵⁹²

Der Kampf gegen das *Doppelverdienertum* würde – so der Artikel weiter – aus strategischen Gründen geführt, um junge Frauen auf ihre Pflicht als Mutter und Hausfrau vorzubereiten und um gleichzeitig den Arbeitsmarkt zu stabilisieren. Obwohl die Berufstätigkeit der Frauen auch Probleme mit sich brachte, insbesondere wenn sie gleichzeitig Mütter waren⁵⁹³, sprachen sich interessanterweise die meisten Autoren dafür aus, dass Frauen nicht aus der Arbeits- und Gesellschaftssphäre ausgeschlossen werden.

*„Als stärkste Verbraucherin, als Verwalterin des Familieneinkommens und Familienbesitzes, als wesentliche Anregerin der gesamten Produktion ist sie verantwortlich für den Volkswohlstand. Und vom Geist, in welchem sie ihre Kinder erzieht, wird mehr denn je die Zukunft des Staates abhängen.“*⁵⁹⁴

Die offizielle nationalsozialistische Politik reduzierte die Frau auf die Mutterrolle und drängte sie in den Haushalt zurück. Die dargelegte öffentliche Diskussion, die zu Beginn des *Dritten Reichs* entfachte, zeigt, dass aber nicht alle bereit waren, dies

⁵⁹⁰ Anonym (von Korrespondenten des BT): *Goebbels Ansprache zu „Die Frau von heute“. Heute Eröffnung der Ausstellung in Witzleben.* In: BT, 18.3.1933, MA.

⁵⁹¹ Hartmann, Luise: 94 % sind ledig. Gibt es noch *Doppelverdienerinnen*? In: BT, *Die Brücke*, 25.6.1933.

⁵⁹² Dibur: *Weibliche Arbeit billiger. Nur die Not der Zeit zwingt die Frau zur Berufsarbeit.* a. a. O.

⁵⁹³ Gebhardt, Hertha von: *Und das Kind? Die Sorgen einer Berufstätigen. – Probleme einer arbeitenden Mutter.* In: BT, *Die Brücke*, 15.6.1933.

⁵⁹⁴ Isolani, Getrud: *Die Frau in der Öffentlichkeit. Gleichwertig dem Mann, wenn auch leider nicht gleichberechtigt.* In: BT, *Die Brücke*, 16.4.1933.

ohne weiteres hinzunehmen. Es wurden – sowohl männliche als auch weibliche – Stimmen laut, die sich entschieden gegen das Ausscheiden der Frau aus Öffentlichkeit, Politik, Bildung und Arbeitsleben aussprachen und für eine Aufrechterhaltung der sozialen und gesellschaftlichen Position der Frau plädierten.⁵⁹⁵

6.8 Das „Wunschbild“ des Mannes

Die Diskussionsbeiträge zum Thema, welche gesellschaftliche Rolle die Frau in der nationalsozialistischen Gesellschaft spielen sollte, können in zwei Gruppen geteilt werden:

Das traditionell ausgerichtete Lager setzte sich – ideologiekonform – für eine ebenso traditionelle Rolle der Frau ein. *„Die Frau müsse werden die Hüterin der Sitte, die Bewahrerin der Art und der Gebräuche in einer Sippe.“*⁵⁹⁶ Sowohl männliche wie auch weibliche Autoren riefen die Frauen dazu auf, sich ins Private zurückzuziehen auf traditionelle Werte sowie die Mutterrolle zu besinnen. *„Nicht dem Manne nachzustreben, sondern die weiblichen Qualitäten zur höchsten Entfaltung zu bringen, ist die Aufgabe, die unsere Zeit und ihre Bewegung den Frauen stellt [...] die Sehnsucht nach dem Kinde.“* Dem folgte sogar ein Aufruf ganz im Sinne der Politik: *„Laßt uns wieder ein bisschen altmodisch und rückständig werden, dieweil wir sonst den Fortschritt gefährden.“*⁵⁹⁷ Mit diesem Fortschritt war der Prozess des *Reichserbauens* gemeint, der von der *Volksgemeinschaft* – so die Rhetorik – Opfer verlange. In der nationalsozialistischen Gesellschaft hatte das Individuum seine persönlichen Ziele den Zielen des *Volkes* anzupassen. Von den Frauen wurde deshalb erwartet, dass sie ihren Beitrag zum Wohle jener Gemeinschaft leisteten, indem sie die Pflichten erfüllten, die ihnen die nationalsozialistische Ideologie zuwies. So heißt es in einem Artikel von Elisabeth Woerner im *Berliner Tageblatt*: *„Wir haben auch heute eine Frauenbewegung, aber sie hat mit der Bewegung von gestern und vorgestern nichts gemein, denn sie kämpft nicht für die Rechte der Frau, sondern für die Erfül-*

⁵⁹⁵ Vgl. Wieland, Gerda: *Frau, Familie und Volk*. In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933. In diesem Artikel wird über die Veränderung der Familie und ihrer Funktion im Nationalsozialismus diskutiert. Vgl. auch: Dibur: *Warten auf bessere Zeit. Die Tragik des heutigen Frauenlebens*. In: *BT, Die Brücke*, 16.4.1933.

⁵⁹⁶ Anonym: *Die Frau und das „Rassenideal“*. Reden auf der dritten Reichstagung der *Nordischen Gesellschaft*. In: *BT*, 19.6.1936, AA.

⁵⁹⁷ Diel, Louise: *Strebepeiler des Aufbaues*. In: *BT, Die Brücke*, 16.4.1933. Vgl. auch: Woerner, Elisabeth: *Die weiblichen Pflichten*. In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933. Und: Anonym: *Frau und Hauswirtschaft*. In: *BT*, 5.8.1933, MA. Im letztgenannten Artikel wird die Erziehung der jungen Frauengeneration zu *„Hausfrau aus Überzeugung“* propagiert.

lung ihrer Pflichten.“⁵⁹⁸ Zu diesen Pflichten zählt die Verfasserin unter anderem die Aufgabe, sich zu pflegen und sich körperlich zu ertüchtigen.

Dass es sich bei der gesellschaftlichen Rolle, die den Frauen von den Nationalsozialisten zuerkannt wurde, um einen Verlust des zuvor bereits erzielten Fortschritts handelte, ist nicht zu bezweifeln. Auch die folgenden Aussagen eines Beiträgers verdeutlichen dies, wenn er für die Frau als „*seelische, körperliche und geistige Ergänzung des Mannes*“ schwärmt. Und er fragt weiter: „*Hat ihr Leben dann nicht Inhalt genug?*“⁵⁹⁹ Als geradezu programmatisch kann der folgende Text gelten, in dem die nationalsozialistischen Idealvorstellungen von der *neuen* deutschen Frau verbalisiert werden. Die Frau wird als das *Wunschbild* des Mannes betrachtet, eine selbstbestimmte Entwicklung ist für sie gar nicht vorgesehen, sondern vielmehr die Rückkehr zur ihrer vermeintlich „*natürlichen Bestimmung*“.

„Jede Epoche hat das Frauenideal, das sie verdient. [...] Die Epochen des Niedergangs waren es jeweils, wo ein bestimmter Frauentyp sich emanzipierte und über den Mann herrschte (Kurtisanen und Mätressen) [...]. Da aber der Charakter jeder Epoche vom Charakter der Männer bestimmt wird, ist das jeweilige Frauenideal nichts anderes als das Wunschbild des Mannes. [...] Im 20. Jahrhundert dringen die Frauen auch in die letzten Reservate der Männerarbeit ein; sie werden auf der ganzen Linie zur Berufskameradin des Mannes. Das ist im tiefsten Sinn genommen, eine unnatürliche Kameradschaft. [...] Es widerspricht dem natürlichen Wesen der Frau, nichts als Arbeitsgefährtin des Mannes zu sein. [...] Daher ist es Unnatur, die Frau durch unangemessene Berufsarbeit ihrem ursprünglich mütterlichen Beruf zu entfremden. Das hat die nationale Revolution erkannt. Ihre Aufgabe ist es, auch der berufstätigen Frau ihre natürliche mütterliche Würde wieder zu schenken.“⁶⁰⁰

Besonders aussagekräftig ist ein Feuilleton von Willy Beer, in dem die *Neue Frau* der 1920er-Jahre dem *neuen* Frauentypus des *Dritten Reichs* gegenübergestellt wird. In diesem Text verherrlicht er die *moderne* nationalsozialistische Frau und rechnet mit der *Neuen Frau* der 20er ab. Und worin unterscheidet sich für ihn das neue Ideal vom alten? Der Typus der nationalsozialistischen Frau ist – laut Beer – kein „*Mann-Frau-Typ*“ mehr, sondern Kameradin, Weib und Mutter:

„Wirklich, schwer war es nicht (die Frauen zu nehmen). Sie wollten ja genommen werden wie der Berufskollege. So hast du mal eben zugegriffen wie nach einem Aktenstück [...]. Sie hat es dir vorgemacht, wie man sich die Welt zu Füßen legt: Kaltschnäuzig war sie, nüchtern und sachlich bis zur Schamlosigkeit. [...] Weil sie aus dem Zwang ihrer toll gewordenen Frauengeneration bald neben dir ging, nicht schutzbedürftig, mit eigener Hornbrille, mit kurzem Harschnitt, wehendem Schlips von ihrer männlichen Bluse, weil sie auf platten Absätzen die Landstrasse und das Parkett eines großstädtischen Tanz-Cafés trat, weil sie mit der gleichen Nonchalance über die neueste Modephilosophie wie über den Hinterradantrieb des neuen Adler-Wagens sprach, – darum hast du dich nicht um sie gekümmert. [...]

⁵⁹⁸ Woerner, Elisabeth: *Die weiblichen Pflichten* (Breslau). In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933.

⁵⁹⁹ Zwahlen, E. G.: *Ergänzung des Mannes. Dann hat ihr Leben Inhalt genug*. In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933.

⁶⁰⁰ F. ST.: *Mütterliche Würde. Die Aufgabe der neuen Zeit*. In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933.

Aber der Flapper ist es doch auch nicht? Nicht dieser kurz angebundene Mann-Frau-Typ, der immer kurz und militärisch lachte, wenn dir mal die Geduld ausging und du kräftig bei der zwanzigsten Zigarette deiner Kameradin losschimpfst! [...] In diesen Tagen und Monaten [...] wächst dieses neue deutsche Mädchen zwischen uns auf. Ein Mädchen stärker als die Mannweiber der vergangenen Jahre, ein Gefährte, ein Kamerad, der sich demütig eingeschlossen weiß in den sinnvollen Kreislauf dieser Welt, wieder ganz Weib, wieder ganz Heiligkeit, wieder ganz Segen, wieder ganz Mutter.“⁶⁰¹

Die zweite vorherrschende Meinung zu diesem Themenkomplex kann als vergleichsweise liberal bezeichnet werden. Zwar erkennen die Autoren an, dass die politische Ordnung einen neuen Menschen- und somit auch Frauentypus braucht, aber sie positionieren sich gegen die Reduktion der Frau auf die Mutterrolle. In diesem Zusammenhang ist der Text einer jungen deutschen Frau hervorzuheben, der genau jene Verdrängung der Frauen aus der öffentlichen Sphäre beklagt. Die Autorin würdigt zunächst den Nationalsozialismus, beschreibt dann gesellschaftliche und soziale Veränderungen im Zusammenhang mit der Technisierung und geht schließlich unvermittelt zu einer Kritik des Systems über, indem sie Frauenrechte einfordert, die bereits in der Zeit vor dem Nationalsozialismus errungen wurden:

„Die Familie hat inzwischen äußerlich und innerlich einen Schrumpfungsprozeß durchgemacht, der hervorgerufen wurde durch die Technisierung des Lebens und der die Werte in ihr vollkommen verändert hat. [...] Denn die Frau von heute ruht nicht mehr so unbedingt im Schoße ihrer Familie, wie das früher der Fall war. Nicht dass die Familie ihre Bedeutung verloren hätte. [...] Aber die Funktion der Familie im Volksganzen ist eine andere geworden, der Akzent liegt anderswo. Die Frau setzte sich in Arbeit, Ausbildung durch [...]. Es steht aber hinter diesem Tun die Forderung des modernen Lebens, die Frau teilhaben zu lassen am öffentlichen Sein.“⁶⁰²

Kritisiert wird auch der Umstand, dass Frauen an ihrer intellektuellen Entwicklung gehindert würden. Die Autorin argumentiert damit, dass auch Mütter für eine akademische Laufbahn geeignet sein können, denn ihr prophetische Kraft und Intuition könne dem Mann als Ergänzung dienen.

„Was die bürgerliche Frauenbewegung für die geistige Durchbildung der geistig oder künstlerisch begabten, also von Gott begabten, Frau errungen hat, wird die neue Zeit als Erbe bewahren müssen; sie wird mit dem großen Fehler, der gemacht wurde, indem die viel zu vielen Frauen studierten, ohne begabungsmäßig dazu berechtigt zu sein, nicht das Gute, das göttliche Recht der einzelnen ausmerzen dürfen. Der Typus der ‚neuen Frau‘ soll sich

⁶⁰¹ Beer, Willy: *Kameradin 1933* ... In: *BT*, 21.7.1933, MA.

⁶⁰² Wieland, Gerda: *Das Wort hat eine junge deutsche Frau. Frau, Familie und Volk*. In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933.

*bilden. Es wäre schade, wenn man von diesem Typus forderte, ‚nichtgeistig‘ zu sein, wie es geschehen ist.*⁶⁰³

Dass es sich bei dem Ideal der *neuen* deutschen Frau um eine Wunschvorstellung handelte, bezeugt eine Umfrage von Mathilde Mack, in der sie fünf junge deutsche Männer – einen SS-Führer, einen Jungarbeiter, einen Studenten, einen Kaufmann und einen Künstler – nach ihrer Traumfrau befragte. Der SS-Führer wünschte sich eine Frau mit Bubikopf, nicht studiert, nicht bei der Hitlerjugend, Sport treibend in Grenzen, nicht zu klug, viel Geschmack, viel Charme, Hausfrau und Dame, nicht berufstätig. Der Jungarbeiter träumte von einer hübschen, flinken, sauberen, ordentlichen und sparsamen Frau; der Student wiederum von einer Frau, die Kamerad sei und gescheit. Für den jungen Kaufmann sollte sie lieb, zierlich sein, und das Heim sollte sie ihm gemütlich machen. Der junge Künstler wünschte sich eine Frau mit Verständnis für Kunst und Lebensnähe, Geschmack und Takt. Fünf Männer, fünf unterschiedliche Vorstellungen, die den jeweils eigenen Bedürfnissen entsprachen. Ein einheitliches Ideal ist hier nicht auszumachen. In ihrer Schlussfolgerung entlarvt Mack schließlich aber alle Idealvorstellungen als realitätsfremde Chimären und ermahnt die Männer im ironischen, fast zynisch anmutenden Ton zur Selbstreflexion:

*„Sie nehmen auf die Frau als Wesen keine Rücksicht. Im Vertrauen auf die Anpassungsfähigkeit der Frauen formen sie alle ihre Wünsche nicht nach lebenden, sondern nach Phantasiebildern. Und noch eines kann man feststellen: Es sind, nicht ‚neue‘ Ideale von Frauen, die unsere fünf jungen Männer fordern. Es sind die alten Ideale von der deutschen Frau, die in den Köpfen dieser jungen Leute spuken. [...] Können Frauen überhaupt so sein [...]? Etwas mehr Wirklichkeitsnähe, meine Herren [...].“*⁶⁰⁴

Es waren jedoch nicht nur Frauen, die sich kritisch gegenüber der neuen Frauenpolitik äußerten, auch Männer bezogen eine solche Position. Davon zeugt z. B. der folgende Text, in dem der Autor auf die Kontinuität der Emanzipation verweist, die zur Herausbildung des *neuen* Frauentyps geführt hatte, und in dem er sich dafür ausspricht, die erkämpften Errungenschaften der Frauenbewegung zu erhalten. Seine Position veranschaulicht das folgende Zitat:

„Es wäre wichtig, einmal zu erfahren, wie die Frauen selbst über das neue Frauenideal denken, das sich die Männer in Deutschland zu schaffen dabei sind. Die Frau fühlt sich augenblicklich in mancherlei Hinsicht sehr gestoßen. Sie räumt den Arbeitsplatz in der Hof-

⁶⁰³ Pestalozza, Hanna von: *Der Typus der „neuen Frau“*. Lass dich gelüsten nach der Männer Bildung. In: *BT, Die Insel*, 21.9.1933, MA.

⁶⁰⁴ Mack, Mathilde: *Fünf junge Deutsche sagen aus: So wünsche ich mir meine Frau*. In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933.

fnung, eine Familie gründen zu können. Sie schweigt zu der neuen Ethik, die nur noch wenig Raum für den intellektuellen Beruf der Frau lassen will. [...] Was tauscht die Frau für ihren Idealismus ein? [...] Die Emanzipation der Frau war bekanntlich ein langer, kämpferischer Prozeß mit Auf und Nieder, mit Rückschlägen und Vorwärtstürmen. Die Frau selbst wurde dabei gehärtet und lebensstark; geradezu einen neuen weiblichen Typ schuf allmählich auch die formelle Gleichberechtigung. [...] Das neue Frauenideal ist in Deutschland seit langem im Werden, in seinen Grundzügen kann es sich von heute auf morgen eigentlich wenig verändern. Ein starker Staat schafft wohl Korrekturen in der zwangsläufigen Entwicklung, er dämmt Unnatürliches zurück und lässt Natürliches um so hoffnungsfroher sprießen. Aber die Frau in ihrem Wesen, dieser kräftige, gesunde, heroische Sporttyp von heute, entwickelte und formte sich schon lange vor dem Kriege; [...] Wir Männer sollte uns also hüten, von uns aus etwas in sie hineinzugeheimnissen, was nur Wunschtraum bleiben kann.⁶⁰⁵

Auch im *Dritten Reich* gab es den Begriff einer *neuen* Frau, dessen Inhalt hatte sich jedoch geändert. Die neue Bedeutung sollte verdeutlichen, dass die gesellschaftlichen Veränderungen einen *neuen* deutschen Menschen erforderten, und in diesem Zusammenhang auch eine *neue* deutsche Frau. Diese Frau war, wie dargelegt, ein höchst ideologisches Konstrukt, das traditionelle Wertvorstellungen mit den Errungenschaften der emanzipatorischen Entwicklung verband. Somit lässt sich schlussfolgern, dass die nationalsozialistische Ideologie zwar ein traditionelles Frauenbild propagierte, in der Realität aber die Haltung des Regimes gegenüber der Frau ambivalent war. So erweist es auch die Untersuchung der Zeitschriften *Die Dame* und *die neue linie*, in denen die Vorstellungen, wie jene *neue* deutsche Frau des *Dritten Reichs* auszusehen und sich zu benehmen habe, nicht eindeutig waren und die aber nicht unbedingt dem Klischee der Hausfrau mit Gretchenzopf und Dirndl entsprachen.

Obwohl die emanzipatorische Entwicklung während der Weimarer Republik von den Nationalsozialisten als *unnatürlich* abgewertet wurde, war ihr Einfluss auf die Entfaltung der Frau auch im *Dritten Reich* nicht zu beseitigen. Denn die Emanzipation war und ist ein kontinuierlicher Prozess, der sich zwar dem jeweiligen geschichtlichen Kontext angepasst werden kann, sich aber nicht völlig rückgängig machen lässt. Die *neue* deutsche Frau nach 1933 war – so das Ideal – kein neusachliches *Mannweib*, doch sie entsprach auch nicht mehr der klassischen *Hausfrau und Mutter* um 1900. Das weibliche Ideal im Nationalsozialismus verkörperte einerseits eine selbstbewusste und starke Frau, die dem Mann als Kameradin zur Seite stand, andererseits wurde sie auf eine als traditionell verstandene Weiblichkeit reduziert.

⁶⁰⁵ Börner, H.: *Die Frau von morgen. Heute werden viele Opfer verlangt*. In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933.

7 Amerika-Darstellungen und die Urbanisierung der „idealen kleinen Großstadt“ – Prag im Feuilleton der Tschechoslowakischen Republik von 1918 bis 1938 am Beispiel der Zeitung *Lidové noviny* und der Zeitschrift *Eva*

Die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts war gekennzeichnet durch zwei Weltkriege, das Ende dieses Jahrhunderts wiederum durch das Ende des Kalten Krieges und die Annäherung von West und Ost. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts, das geprägt ist vom Zusammenwachsen der Welt zu einem *Global Village*, kommt es einerseits zur Verschmelzung unterschiedlichster Wertvorstellungen, Kulturen und Ästhetiken, andererseits differenzieren sich diese stärker aus und streben nach Abgrenzung von einander. Das Bestehen der Europäischen Union öffnete nicht nur neue Wege für die politische und wirtschaftliche Zusammenarbeit, sondern ermöglicht auch die Wiederentdeckung geistiger, historischer und kultureller Gemeinsamkeiten der Vergangenheit. Es scheint, dass die ideologische Barriere, die 40 Jahre lang Ost- und Westeuropa trennte, tiefe Spuren im Bewusstsein der Menschen auf beiden Seiten hinterließ. Es ist deshalb nach wie vor wichtig, sich mit jenen Teilen der Geschichte zu befassen, die Zeugnis von der gemeinsamen geistigen und kulturellen Entwicklung abgeben: Um 1900 war der geistige und kulturelle Austausch innerhalb Europas fließend. Nach dem Ersten Weltkrieg änderte sich die politische Landkarte Europas radikal; die kulturelle und geistige Entwicklung blieb davon zunächst unberührt. Erst nach 1945 gelang es, geopolitische Grenzen derart zu ziehen, dass sie die Kontinuität des Austauschs zwischen der ost- und westeuropäischen Kultur über 40 Jahre lang weitgehend unterbrechen konnten.

Der Ansatz, die Darstellung des *Modernisierungs-* bzw. *Amerikanisierungsprozesses* in der Tschechoslowakei komparatistisch zu untersuchen, bietet eine Möglichkeit, die Alltagsgeschichte in Europa zwischen den Weltkriegen in einem breiteren Kontext zu analysieren und dadurch besser zu verstehen. Wie die vorhergehenden Kapitel zeigten, diente im Falle Deutschlands der Diskurs über die *Amerikanisierung* als Katalysator, sich mit dem *Modernisierungs-* und *Urbanisierungsprozess* im Allgemeinen auseinanderzusetzen. Im nun folgenden Kapitel widme ich mich der Darstellung Amerikas und des *Amerikanismus* bzw. der *Amerikanisierung* im tschechischsprachigen Feuilleton Parallelen und Unterschiede zu jenem Diskurs in der Weimarer Republik berücksichtigen. Am Beispiel der *Urbanisierung* von Prag wird

zudem deutlich gemacht, dass die USA auch außerhalb Deutschlands als universelles Vorbild galten, das mit der *Modernisierung* assoziiert wurde.

7.1 Zur Entstehungsgeschichte der Tschechoslowakei (1918 - 1938)

*„Die Erste Republik wurde oft als ein idealer bürgerlicher Zustand wahrgenommen, sie wurde mythisiert und in gewissen Punkten oft retuschiert. Trotzdem stellt die erste Republik ein einzigartiges geschichtliches Phänomen dar, das durch die anfängliche Begeisterung und den Willen, sich an der Staatsbildung zu beteiligen, zusammenwuchs.“*⁶⁰⁶

Der Kampf um die nationale Emanzipation der Tschechen und Slowaken hatte im Verlauf des 19. Jahrhunderts begonnen. Die Vorfahren dieser zwei Völker lebten bereits im Großmährischen Reich zusammen, nach dessen Verfall im 10. Jahrhundert verlief beider Entwicklung jedoch unterschiedlich. Während die Slowaken dem Ungarischen Reich angehörten, lebten die Tschechen im eigenen Böhmisches Königreich, das später Bestandteil der Habsburger und danach der Österreichisch-Ungarischen Monarchie wurde. Mit dem Revolutionsjahr 1848 entflammte innerhalb dieser Monarchie, die ein Vielvölkerstaat war, unter den dort lebenden Völkern der Kampf um die nationale Eigenständigkeit. Die Tschechen und Slowaken strebten zunächst eine Autonomie innerhalb der Habsburgischen Monarchie an. Der Ausbruch des Ersten Weltkriegs bedeutete für sie deshalb eine Möglichkeit, ihre Ziele zu erreichen. Dabei spielten Vertreter beider Völker, die im ausländischen Exil lebten, vor allem in England, Frankreich, den USA und Russland, eine bedeutende Rolle. Sie setzten sich im Ausland stark für das Recht auf Selbstbestimmung aller in der Monarchie lebenden Völker ein und plädierten für die Bildung eines gemeinsamen Staates von Tschechen und Slowaken. Zu den wichtigsten Persönlichkeiten, die sich auf diese Weise im Ausland für die Verwirklichung der gemeinsamen Staatsgründung engagierten, zählten die Tschechen Tomáš Garrigue Masaryk Edvard Beneš sowie der Slowake Rastislav Štefánik. Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang auch die Rolle der slowakischen Emigranten in den USA, wovon die Tatsache zeugt, dass die Verhandlungen über die gemeinsame Staatsgründung in den USA stattfanden. Die Emigranten unterstützten zudem die

⁶⁰⁶ Kroutvor, Josef: *Pátečníci jako společenská instituce*. In: Janáček, Pavel; Tydlitát, Jan (Hrsg.): *Pátečníci a Karel Poláček. Sborník příspěvků symposia*. Rychnov nad Kněžnou, 2001, S. 14. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„První republika byla často vnímána jako ideální občanský stav, byla mytizována a v některých ohledech často retušována. Ale i tak představuje první republika jedinečné historické dílo stmelené počátečním nadšením a ochotou podílet se na budování obce či dokonce státu.“*

spätere ČSR sowohl ideologisch als auch finanziell, was im Land zu einer positiven Einstellung gegenüber den USA führte.

Schließlich wurde nach dem Ende des Ersten Weltkriegs und nach dem Zerfall der Österreichisch-Ungarischen Monarchie 1918 die Tschechoslowakische Republik mit der Hauptstadt Prag gegründet. In der Republik lebten – neben den Slowaken und Tschechen, welche die Mehrheit bildeten – auch nationale Minderheiten, am zahlreichsten waren die Ungarn und die Deutschen. Einer der Hauptgründe für den Zusammenschluss von Slowaken und Tschechen war die Notwendigkeit, eine Mehrheit im gemeinsamen Staat zu bilden und Oberhand über Ungarn und Deutsche zu bekommen, denn zu Beginn lebten in der ČSR nur 65,5 % Tschechoslowaken⁶⁰⁷ (die damalige Volkszählung unterschied nicht zwischen Tschechen und Slowaken). „Durch die künstliche Einbindung der Tschechen und Slowaken in eine Nationalitätenkategorie“ schufen die führenden Persönlichkeiten der ČSR, die das Land im Ausland vertraten, „mindestens den Schein der Mehrheit der Bevölkerung“⁶⁰⁸.

Der Tschechoslowakismus

Das offizielle politische Programm, das als Anlass und Ziel der Republikgründung diente, war der *Tschechoslowakismus*. Diese Grundideologie, die die tschechischen Gründungsväter vertraten, bekam die Bezeichnung „*Tschechoslowakismus*“ (*čechoslovakismus*). Diese Bezeichnung ist laut Broklová ein Begriff, den die slowakischen Mitglieder von Hlinkas Volkspartei (Hlinkova ľudová strana) wahrscheinlich während des Slowakischen Staates (1939 - 1945) erfunden haben. Seitdem wird er in der Geschichtsschreibung verwendet. *Tschechoslowakismus* bedeutet:

*„Im Einklang mit den Ideen, die bei der Gründung des Tschechoslowakischen Staates standen, bezeichnen wir so die Konzeption, die Tschechen und Slowaken für ethnisch verwandte Völker hält, die durch die historische Entwicklung getrennt worden sind, und aus denen durch das Zusammenleben in einem Staat eine einheitliche politische Nation entstehen soll.“*⁶⁰⁹

⁶⁰⁷ Beránková, Milena; Křivánková, Alena; Ruttkay, Fraňo (ed.): *Dějiny žurnalistiky. III. díl. Český a slovenský tisk v letech 1918 - 1944*. Nakladatelství Novinář Praha, 1988, S. 11. Die Erste Volkszählung zum 15. Februar 1921 zählte insgesamt 13 613 112 Bewohner, davon 23,4 % Deutsche, 5,6 % Ungarn, 1,3 % Juden u. a.

⁶⁰⁸ Harma, Josef; Kamenec, Ivan: *Na společné cestě: Česká a slovenská kultura mezi dvěma válkami*. Praha, 1988, S. 49. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Umělym spojením Čechů a Slováků do jedné národnostní kategorie alespoň zdánlivě vytvářeli výraznou nadpoloviční většinu obyvatelstva.*“

⁶⁰⁹ Broklová, Eva: *Češi a Slováci 1918 - 1938*. In: *Sociologický časopis*, Jg. 29, Nr. 1, Praha, 1993, S. 34. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*V souladu s idejemi jež stáli při*

Tschechische Beamte, Lehrer und Professoren kamen in die Slowakei und halfen bei der Einführung einer neuen staatlichen Verwaltung und 1919 auch bei der Gründung der Comenius-Universität in Bratislava (ehemaliges Preßburg).⁶¹⁰ Die slowakische Intelligenz wurde an tschechischen Universitäten ausgebildet. Umgekehrt erschienen in tschechischen Verlagen slowakische Bücher und Zeitungen.

*„Bis zum Jahr 1918 handelte es sich meist um unverbindliche Kontakte, bei denen jedes Anzeichen des Interesses positiv gewürdigt wurde. Die Bildung eines gemeinsamen Staates brachte die Notwendigkeit mit sich, die Eigenständigkeit jedes nationalen Subjektes gegenseitig zu respektieren, die ein Bestandteil des Staates waren. In der vorherigen Entwicklungsphase waren alle existierenden, oft unterschiedlich motivierten Ansichten durch den nationalen Aspekt überdeckt, nach dem Erfolg der nationalen Emanzipationsbemühungen begannen gerade die internen Unterschiede, die von Gruppen- und vor allem Klasseninteressen beeinflusst waren, in den Vordergrund zu treten. Die Beziehungen zwischen dem tschechischen und slowakischen Volk bekamen somit einen vielschichtigen Charakter. Neben den positiven Seiten traten oft mit großem Nachdruck auch ihre Probleme in Vordergrund. Der Schlüsselpunkt aller Missverständnisse, die in dieser Phase die Haltung der tschechischen Öffentlichkeit zur Slowakei-Frage verkomplizierten, war unbestritten das ständig und dickköpfig durchgesetzte Prinzip des einheitlichen tschechoslowakischen Volkes.“*⁶¹¹

Die Vertreter der tschechischen und slowakischen Organisationen einigten sich während ihrer Verhandlungen in den USA auf die Bedingungen für eine Staatsgründung und unterzeichneten am 30. Mai 1918 den so genannten *Pittsburgh-Vertrag*. Dieser enthielt das politische Programm zur Vereinigung von Tschechen und Slowaken zu einem selbstständigen Staat. Die Verhandlungen verliefen jedoch nicht unkompliziert, vor allem wegen der Frage, in welcher Form die beiden Völker im gemeinsamen Staat zusammen leben und welchen Status die Slowaken im gemeinsamen Staat haben sollten. In diesem Zusammenhang diskutierte man vor allen über die Nationalität der Slowaken, da vielen Tschechen davon überzeugt waren, dass die Slowaken keine eigenständige Ethnie seien, sondern eine Abzweigung der

zrodu československého státu, nazýváme tak koncepci pokládající Čechy a Slováky za etnický blízke, rozdelené historickým vývojem, z nichž soužitím v jednom státě vznikne jeden politický národ.“

⁶¹⁰ Dies war einigen, vor allem nationalistisch gesinnten Slowaken ein Dorn im Auge. Nach dem Münchner Abkommen im Jahr 1938 und der Gründung des Slowakischen Staates im Jahr 1939 wurden als erstes tschechische Beamte und Lehrer durch Slowaken ersetzt.

⁶¹¹ Harma, Josef; Kamenec, Ivan: a. a. O., S. 96. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Zatímco do roku 1918 šlo převážně o nezávazné kontakty, při nichž byl pozitivně oceňován každý projev zájmu, vytvoření spolčeného státu přineslo potřebu vzájemného respektování svébytnosti každého z národních subjektů, které byly do něj začleněny. Zatímco v předcházející fázi vývoje byly všechny existující, často i rozdílně motivované přístupy překryty aspektem národním, po dovršení národně emancipačního úsilí začínají do popředí vystupovat právě ony vnitřní odlišnosti ovlivněné navíc zájmy skupinovými a především třídními. Vztahy mezi českým a slovenským národem tak nabývají mnohohrstevnatý charakter, vedle pozitivních jevů vystupují často s velkou důrazností i jejich problémy. Uzlovým bodem všech nedorozumění, které v této fázi komplikovaly přístup české veřejnosti k otázce Slovenska, nesporně byl neustále a tvrdošijně prosazovaný princip jednotného československého národa.“*

Tschechen und Slowakisch nur eine Art Mundart des Tschechischen. Die Slowaken bestanden jedoch darauf, ein eigenständiges Volk mit eigener Sprache und Kultur zu sein, und verlangten nach Gleichberechtigung im gemeinsamen Staat. Aus diesem Grund war die Ideologie des *Tschechoslowakismus* einer der Hauptgründe für die Komplikationen in den slowakisch-tschechischen Beziehungen, wie auch der Prager Zentralismus und weitere problematische Fragen im Hinblick auf politische Dezentralisierung und Autonomie, die im *Pittsburgh-Vertrag* vereinbart wurden.

Die Beziehung der ČSR zur Weimarer Republik

Bei der Tschechoslowakischen und der Weimarer Republik handelte es sich um zwei junge Staaten, die sich mit der Verankerung einer demokratischen Verfassung zur Bildung einer modernen Gesellschaft bekannten. Der Unterschied zwischen ihnen bestand darin, dass der Krieg und seine Folgen jeweils zu einer Verschiebung der politischen Machtverhältnisse führten, die für die ČSR von Vorteil, für die Weimarer Republik jedoch von Nachteil waren. Die ČSR profitierte sowohl von der politischen Lage wie auch davon, nicht unter Kriegsfolgen zu leiden wie die Weimarer Republik. Auch wurde die ČSR vom Ausland, vor allem von den USA, unterstützt, was es ihr ermöglichte, eine stabile marktwirtschaftliche Struktur aufzubauen. Die ČSR stellte für die Weimarer Republik deshalb auch einen neuen wirtschaftlichen Konkurrenten dar.

Seit den 90er-Jahren des 20. Jahrhunderts entstanden zahlreiche wissenschaftlichen Arbeiten, die die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und der ČSR untersuchen; sie zeigen, dass die Wirtschaft der Tschechoslowakei in vielfältiger Hinsicht mit der deutschen verwoben war. Deutschland war der wichtigste Außenhandelspartner der ČSR, da sie verkehrsgeografisch von Deutschland abhängig war, z. B. beim Transithandel über die Elbe und den deutschen Nordseehafen.⁶¹²

7.2 Begründung der Quellenauswahl

Die tschechoslowakische Presselandschaft war vergleichbar vielfältig und umfangreich wie die deutsche. Aus der Bevölkerungsstruktur ergab sich ihre Besonderheit.

⁶¹² Vgl. Jakubec, Ivan: *Verkehrsfragen in den deutsch-tschechoslowakischen Beziehungen der zwanziger Jahre*. In: Boyer, Christoph: *Nationale Kontrahenten oder Partner? Studien zu den Beziehungen zwischen Tschechen und Deutschen in der Wirtschaft der ČSR (1918 - 1938)*. Oldenbourg Verlag München, 1999, S. 43 - 57. Und: Barth, Boris; Faltus, Josef; Křen, Jan u. a.: *Konkurrenzpartnerschaft. Die deutsche und tschechische Wirtschaft in der Zwischenkriegszeit*. Klartext Verlag Essen, 1998.

In der ČSR gab es zwei staatsbildende Völker, und die offizielle Presse erschien in zwei offiziellen Nationalsprachen: auf Slowakisch und Tschechisch. Das zusammen mit der Verfassung ausgearbeitete Sprachgesetz aus dem Jahr 1920 bestimmte, dass die offizielle Amtsprache in der ČSR die *tschechoslowakische* Sprache sei, wobei das Gesetz gleichzeitig erklärte, dass diese Sprache zwei gleichberechtigte Varianten habe: die tschechische und die slowakische.⁶¹³ Beide Sprachen sind slawischen Ursprungs und haben große Ähnlichkeit. Im offiziellen wie auch im inoffiziellen Verkehr verwendete jede Nation ihre eigene Sprache.

Da im Zentrum meines Interesses die Entwicklungen im urbanen Raum standen, fiel meine Wahl auf Quellen, die im größten urbanen Zentrum der Republik, der Hauptstadt Prag, erschienen und dort ihre Redaktion hatten. Obwohl ich für meine Untersuchung schließlich eine tschechischsprachige Zeitschrift auswählte, bedeutet dies keine Ausgrenzung der slowakischen Leserschaft. Einerseits entsandte man in den Anfangsjahren der Republik tschechische Wissenschaftler, Beamte, Ökonomen und Lehrer in die Slowakei, die auch ihre Periodika mitbrachten. Andererseits gingen viele Slowaken und Slowakinnen nach Böhmen, vor allem nach Prag, um dort zu studieren oder zu arbeiten. Da durch die Verwandtschaft beider Sprachen keine sprachliche Barriere existierte, konnte die slowakische Bevölkerung problemlos tschechischsprachige Periodika lesen.

Nach der Analyse mehrerer tschechischsprachiger Zeitungen und Zeitschriften wählte ich als geeignete Quellen die Zeitung *Lidové noviny* (*Volksblatt*) und die Zeitschrift *Eva* (siehe Kapitel 8) aus. *Lidové noviny* war eine liberale Zeitung, die in Verbreitungsgrad, intellektuellem Anspruch, Qualität und Ansehen in der tschechoslowakischen Gesellschaft mit der deutschen Zeitung *Berliner Tageblatt* vergleichbar war.

Die Zwischenkriegszeit zu thematisieren, ist zu Zeiten des sozialistischen Regimes in der tschechischen und slowakischen Forschung weitgehend vermieden worden. Erst nach 1989 begann man, diesem Zeitraum der eigenen Geschichte zunehmend Beachtung zu schenken und das Versäumte langsam aufzuholen; doch es bleibt noch viel zu tun. Untersuchungen, die das Feuilleton als Quelle verwenden, sind rar und Forschung zum Thema Alltagskultur spärlich. Bis zum heutigen Tag gibt es in der tschechischen Forschung keine umfassende Feuilletonforschung. Ähnlich wie in

⁶¹³ Harma, Josef; Kamenec, Ivan: a. a. O., S. 98.

Deutschland beschäftigt sich die tschechische Feuilletonforschung⁶¹⁴ vorwiegend mit Werkeditionen einiger namhaften Feuilletonisten, wie Karel Čapek, Eduard Bass oder Karel Poláček.

Ausgehend von der Analyse des *Berliner Tageblatts* wurden für die Untersuchung des Feuilletons von *Lidové noviny* die Jahrgänge 1920, 1924, 1925, 1928, 1933, 1936 und 1938 als relevant befunden.

7.2.1 Die tschechische Presse

„Der slawische Kontext ist nämlich für die tschechische Literatur der falsche Kontext. [...] Die größten Gestalten der tschechischen Geschichte – Karel Havlíček Borovský, František Palacký, T. G. Masaryk, František Xaver Šalda – standen der slawischen Ideologie ablehnend gegenüber und haben als absolut offenkundige Tatsache hervorgehoben, dass das tschechische Volk seit dem 11. Jahrhundert ein westliches Volk war und seine Kultur eine westliche Kultur ist. [...] Wenn die tschechische Kultur zu irgendeinem mittleren Kontext gehört, so ist es der vielsprachige Kontext Mitteleuropas.“⁶¹⁵

Die Presseszene war in der ČSR ähnlich vielfältig und umfangreich wie in der Weimarer Republik. Im bibliographischen Katalog von 1921 heißt es, dass im Jahre 1920 in der ČSR 2259 Zeitungen erschienen, davon waren 1521 *tschechoslowakisch* und 738 anderssprachig. Die Anzahl der Publikationen stieg mit den Jahren weiter: Im Jahr 1925 waren es bereits 2800 Publikationen⁶¹⁶. Neben den tschechischen und slowakischen gab es auch Zeitungen in den Sprachen der Minderheiten. Unter den deutschen Zeitungen, die in Prag herausgegeben wurden, war die *Bohemia* das älteste Blatt. In diesem veröffentlichten die Autoren der Prager Moderne ihre Texte, wie etwa Paul Leppin, Max Brod, Franz Kafka, Egon Erwin Kisch oder Franz Werfel. Eine weitere bedeutende deutsche Zeitung war das *Prager Tagblatt*, ein moderner Zeitungstyp mit anspruchsvollem Feuilleton.⁶¹⁷

Bei der Analyse des tschechischen Feuilletons in *Lidové noviny* und *Eva* ging ich bei der Quellenauswahl und den Untersuchungsmethoden genau so vor wie bei meinen deutschen Quellen. Das deutsche und tschechische Feuilleton waren gut vergleichbar, da der politische, geistige und kulturelle Kontext jeweils ähnlich war. In

⁶¹⁴ Zur gegenwärtigen Feuilletonforschung vgl. auch: Osvaldová, Barbora: *Fejeton*. In: Kopáč, Radim; Osvaldová, Barbora: *O fejetonu, s fejetonem (sborník textu a žánrů)*. Univerzita Karlova v Praze, Karolinum, 2007, S. 5 - 17.

⁶¹⁵ Kundera, Milan: *Einleitung*. In: Chvalík, Květoslav (Hrsg.): *Die Prager Moderne. Erzählungen, Gedichte, Manifeste*. Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main, 1991, S. 18.

⁶¹⁶ Beránková, Milena; Křivánková, Alena; Ruttkay, Fraňo (ed.): a. a. O., S. 58. Genauere Zahlen gibt es von 1925, verzeichnet wurden dabei aber nur Auflagen über 100 000.

⁶¹⁷ Schmitz, Walter von; Udolph, Ludger (Hrsg.): *Tripolis Prag*. Thelem Dresden, 2001, S. 26.

diesem Zusammenhang halte ich es für besonders wichtig, darauf hinzuweisen, dass Prag nicht nur zu Mitteleuropa, sondern zum westeuropäischen Kulturkreis gehörte, innerhalb dessen der kulturelle und geistige Austausch fließend war. Sowohl Deutschland wie auch die ČSR setzten sich mit dem Modernisierungsprozess auseinander und suchten in der Sowjetunion und in den USA nach Vorbildern.

Das Verlagshaus Melantrich

Melantrich war das größte und bedeutendste Verlags- und Zeitungshaus in der ČSR, von ihm wurde auch die Zeitung *Lidové noviny* herausgegeben. Der Verlag war den großen deutschen Verlagskonzernen Ullstein, Mosse und Scherl ähnlich. Die Entstehung von Melantrich ist eng mit der Gründung der Tschechischen Nationalsozialen Partei (Česká strana národně sociální) verbunden. Die Partei gründete am 9. Juli 1898 eine *genossenschaftliche* Druckerei, die am 17. Oktober 1910 den Namen Melantrich erhielt. 1913 ließ sie sich im Zentrum der Stadt, am Wenzelsplatz, nieder.

Die Entstehung der ČSR war für den Verlag ein Impuls, der einen raschen Anstieg der verlegerischen und unternehmerischen Tätigkeiten begünstigte. Gleichzeitig war die Staatsgründung auch ein Impuls für die Entfaltung der tschechischen Literatur und Kultur. 1925 wurde Jaroslav Šalda Generaldirektor des Verlags. Šalda gab Zeitungen, Zeitschriften und Belletristik, aber auch Sachbücher und wissenschaftliche Werke heraus. Des weiteren veröffentlichte er Schallplatten, betrieb Modeateliers, produzierte Filme, beteiligte den Verlag an der Papierindustrie und an Reisebüros. Für Šalda war es zudem ein wichtiges Anliegen, schrittweise auch eine Buchedition einzuführen, die nicht auf Rendite ausgerichtet war, sondern sich dem Ziel verschrieb, breiten Leserkreisen gute Lektüre zu günstigen Preisen anzubieten. Šalda baute den Verlag zu einem Konzern europäischen Niveaus aus. Der Verlag unterhielt in der ganzen Republik Zweigstellen, in Prag, Brünn, Ostrava und Žilina.

In den 1930er-Jahren überflutete er den Markt mit illustrierten Wochenzeitschriften und spezialisierten Periodika. In den Redaktionen wirkten etliche renommierte Persönlichkeiten, wie der Chefredakteur Karel Z. Klíma, der Literaturkritiker František X. Šalda, die Theaterkritiker Jindřich Vodák und Josef Träger, die Redakteure Karel Poláček, Ivan Herben u. a. *„Die Zeitungen von Melantrich erfüllten im Sinne der republikanischen Demokratie eine bedeutende politisch-gesellschaftliche*

und kulturelle Aufgabe.“⁶¹⁸ Die deutsche Okkupation von 1938 bis 1945 hatte schwerwiegende Folgen für den Verlag, das Publikationsvolumen sank stark. Danach wurde der Verlag verstaatlicht. Im Jahr 1989 diente der Balkon von Melantrich als Tribüne für die ersten Demonstrationen.

7.2.2 Das Feuilleton von *Lidové noviny*

„Die Journalisten erinnern an Jäger. Ihre Jagdbeute sind die Nachrichten. Es handelt sich dabei um Beute, die sehr listig und schwer fassbar ist, die ihre Spuren zu verwischen weiß und die zu fangen ein sehr schwieriges Unterfangen ist. Zu finden ist sie überall: auf der Straße, auf dem Meer, in der Luft, im Parlament, auf dem Polizeipräsidium, in Zügen. [...] Wenn eine Nachricht passiert, geht sie um die Welt. Es ist interessant, wie sie sich auf ihrem Weg verändert; wenn sich so eine Nachricht, die in Mitteleuropa passiert, in ihrem amerikanischen Spiegel sehen könnte, würde sie sicher vor sich selber erschrecken.“⁶¹⁹

Offiziell war die Presse in der ČSR unabhängig, doch die meisten Tageszeitungen gehörten jeweils einer politischen Partei. Formell waren die Herausgeber Einzelpersonen oder Aktiengesellschaften, weil die Parteien direkt keine Zeitungen herausgeben konnten. Die Zeitungen, die sich als unabhängig bezeichneten, vertraten deshalb die politischen Ansichten ihrer Partei. Es gab nur wenige Ausnahmen, unter ihnen die Zeitung *Lidové noviny*⁶²⁰.

Die Zeitung *Lidové noviny* gründete Adolf Stránský im Jahr 1893 in Brünn. 1920 entstand die Prager Redaktion der Zeitung. Dieser Schritt verhalf der Zeitung zu mehr Ansehen und Qualität, weil sie dadurch leichter die Texte bekannter Intellektueller und Schriftsteller publizieren konnte. Das Feuilleton stand meist auf der ersten Seite rechts, es erschien aber auch in den Beilagen, ähnlich wie im *Berliner Tageblatt*. Zu den Feuilleton-Autoren gehörten viele namhaften Journalisten, Schriftsteller, Lyriker, Theater-, Kunst- und Filmkritiker. Zu den bekanntesten Autoren zählten Karel Poláček, Arnošt Heinrich, Karel Z. Klíma, Eduard Bass, František Peroutka und Karel Čapek wie auch die bedeutenden Dichter Stanislav K. Neumann, Vítězslav

⁶¹⁸ Fejlek, Vojtěch: *Melantrich. Nepodlehne ani ohni ani meči*. Praha, 1998. S. 16.

Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Noviny Melantrichu plnily v duchu republikánského demokratického významné politicko-společenské a kulturní poslání.*“

⁶¹⁹ Ur: *Události*. In: LN, 8.6.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Novináři se taj trochu podobají lovcům. Jejich zvěř se nazývá události. Je to zvěř nadmíru lživá a potutelná, která znamenitě zahlazuje své stopy a kterou natchytat je velice obtížno. Vyskytuje se všude: na ulici, na moři, ve vzduchu, v parlamentě, na policejních ředitelstvích, ve vlacích. [...] Události když se stanou, běží světem. Je podivuhodné, jak se cestou mění; kdyby se taková událost, která se stane ve Střední Evropě mohla podívat do svého amerického zrcadla, jistě by se zhrozila a odplivla by si sama před sebou.*“

⁶²⁰ Beránková, Milena; Malec, Karel: *Dějiny české žurnalistiky do roku 1945. Stručný přehled*. Státní pedagogické nakladatelství Praha, 1976, S. 31.

Nezval oder Konstantin Biebl. Die Zeitung erschien zweimal täglich in einer Auflage von ungefähr 100 000 Exemplaren⁶²¹. Sie war ein Eliteblatt für die Intelligenz, aber gleichzeitig auch ein Blatt für den Durchschnittsleser; die Kulturrubrik und das Feuilleton waren besonders hochwertig. Seit der Gründung im Jahr 1893 war die Zeitung *Lidové noviny* „von großer Bedeutung für die Entwicklung des tschechischen Journalismus“⁶²².

Nach der Errichtung des Protektorats im März 1939 musste sich die Zeitung der Zensur der so genannten Reichsverwaltung unterziehen. 1941 musste der Chefredakteur Karel Z. Klíma seinen Posten aufgeben, 1942 wurde er in Terezín (Theresienstadt) hingerichtet. 1939 wurden auch Josef Čapek, Karel Poláček und Ferdinand Peroutka von der Gestapo ins Konzentrationslager deportiert. Von 1942 bis 1945 leitete der Kollaborateur Leopold Zeman die Zeitung als Chefredakteur. 1945 stellte man die Zeitung ein.

Die Autoren der Freitagsrunde

Viele der namhaften Feuilletonautoren, die in *Lidové noviny* publizierten, gehörten der 1925 entstandenen Gruppe der *pátečníci* (Die Freitagsrunde) an. „Jeden Freitag traf sich in der Villa der Gebrüder Čapek am Ende des Stadtteils Vinohrady eine Gesellschaft der kulturellen, intellektuellen und politischen Elite.“⁶²³ Bei dieser Gruppe von Menschen „wurde das Private zum Öffentlichen und das Öffentliche betraf intensiv die private Sphäre“⁶²⁴. Obwohl es über das Phänomen der *pátečníci* fast keine Quellen gibt, da weder eine Gästeliste noch Protokolle geführt wurden, weiß man aus persönlichen Aufzeichnungen und Erinnerungen, dass zu den Mitgliedern der Runde während der Jahre 1915 bis 1928 z. B. Ferdinand Peroutka, Fráňa Šrámek, František Langer, der Historiker Josef Šusta, der Philosoph Jan Blahoslav Kozák, Vilém Mathesius, der Chefredakteur der *Prager Presse* Arne Laurin, der Ästhetiker Jan Mukařovský, der Schriftsteller Karel Poláček, Vladislav Vančura sowie andere Künstler und Intellektuelle gehörten. Auch der Präsident

⁶²¹ Beránková, Milena; Křivánková, Alena; Ruttkay, Fraňo (Hrsg.): a. a. O., S. 177. Laut der Zeitschriftenkataloge der ČSR aus den 1930er-Jahren, die das Anzeigenbüro von Rudolf Mosse herausgab, belief sich die Auflage von *Lidové noviny* 1936 auf ungefähr 90 000. Diese Quellen bezeichnet Beránková jedoch als weniger zuverlässig.

⁶²² Schmitz, Walter von; Udolph, Ludger: a. a. O., S. 26.

⁶²³ Kroutvor, Josef: a. a. O., S. 14. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Každý pátek se ve vile bratří Čapků na konci Vinohrad scházela společnost kulturní, intelektuální a politické elity.“

⁶²⁴ Zitiert nach: Brabec, Jiří: *Diskurs pátečníků*. In: Janáček, Pavel; Tydlitát, Jan (Hrsg.): a. a. O., S. 10. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Soukromé se stává veřejným, veřejné se intenzivně dotýká soukromé sféry.“

Tomas Garrigue Masaryk und der Außenminister Edvard Beneš besuchten regelmäßig die Runde, was allgemein bekannt war. Da sich hier Personen trafen, die mit der staatlichen Doktrin konform waren und die Masaryks Ideale teilten, führte es dazu, dass *„die Gesellschaft wenigstens von einem gewissen Teil der Bevölkerung für eine im gewissen Sinne offizielle Institution gehalten wurde und ihr ein ‚Burg‘-Charakter im politischen Sinne zugeschrieben wurde“*⁶²⁵. Die Prinzipien, denen die Treffen unterworfen waren, umschrieb Karel Čapek, ein bedeutender Schriftsteller, Publizist und Dramatiker, in seinem Text *Žurnalistům* von 1926:

*„Čapeks ‚Glaubensartikel‘ gründen darauf, dass die Demokratie der ‚höchste und unantastbarste Wert‘ sei, dass der Staat Ruhe und Ordnung brauche, dass die Attacken auf das Außenministerium, d. h. auf Beneš aufhören sollten und dass die Wahl von Masaryk eine Sache, der nationalen Ehre und des Prestiges sei.“*⁶²⁶

Josef Kodíček, einer der ersten *pátečníci*, beschrieb in seinen Erinnerungen, wie eng und wichtig die Verflechtung von Intellektuellen und Künstlern mit der Politik war:

*„Trotz der Tatsache, dass man nicht von einem (Freitags-) ‚Gehirntrust‘ sprechen konnte, war es für viele Literaten von großer Bedeutung, dass sie vom restlichen staatlichen Leben nicht so hoffnungslos getrennt waren, wie es anderswo der Fall ist. Dass bei diesen Freitagstreffen vielerlei Anregungen entstanden, versteht sich von selbst.“*⁶²⁷

Die Autoren der Freitagsrunde demonstrierten in ihren Feuilletons durchaus jene *„Burgpolitik“*, d. h. Masaryks Ansichten, denen zufolge die Grundprinzipien der Republik nach innen zu verteidigen und nach außen zu etablieren seien. Zwangsläufig behandelten die Autoren dabei Themen, die nicht nur national waren, sondern in einen weiteren zeitgenössischen Kontext eingebunden waren. Obwohl das Feuilleton auf Tschechisch verfasst wurde, war es in diesem Sinne *tschechoslowakisch*. Am Beispiel des *Modernisierungs-* bzw. *Amerikadiskurses* ist eine Verflech-

⁶²⁵ Zitiert nach: Kolár, Jaroslav: *Tři otázky nad Čapkovými pátečníky*. In: Janáček, Pavel; Tydlitát, Jan (Hrsg.): a. a. O., S. 21. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Společnost se aspoň v určité části veřejnosti brzy začala pokládat za instituci v nějakém smyslu oficiální a připisovala sa jí povaha ‚hradní‘ instituce v politickém smyslu.“*

⁶²⁶ Zitiert nach: Brabec, Jiří: a. a. O., S. 10. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Čapkovy ‚články víry‘ spočívají v tom, že demokracie je ‚hodnota nejvyšší a nedotknutelná‘, že stát potřebuje klid a pořádek, že by měly přestat útoky na ministerstvo zahraničí, tj na Beneše, a že volba Masaryka je ‚věcí národní cti a prestiže‘.“*

⁶²⁷ Zitiert nach: Ebenda, S. 9. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Třebaže nebylo lze mluvit o nějakém (pátečnickém) ‚mozkovém trustu‘, pro mnohého literáta bylo cenné vědomí, že není odříznut od ostatního státního života tak beznadějně, jako tomu bývá jinde. Že z těchto pátků vznikly leckeré praktické podněty, je nasnadě.“*

tung mit den gleichen Themen zu erkennen, mit denen sich auch die Weimarer Republik im Feuilleton auseinandersetzte.

7.3 Das Amerika-Bild im Feuilleton von *Lidové noviny*

In der Mitte des 19. Jahrhunderts fand eine große Auswanderungswelle aus Böhmen, Mähren und dem Gebiet der Slowakei in die USA statt. Die Vorstellung von den paradiesischen Zuständen, die man dort anzutreffen hoffte, veranschaulicht das folgende Lied aus dem Jahr 1853, das 1920 im Feuilleton von *Lidové noviny* erschien und damit bestätigte, dass jene Wahrnehmung der USA nach wie vor aktuell war:

*„Du wunderschönes Land Amerika,
wärest du nicht so weit weg,
würde ich mir wünschen, zu dir zu fahren,
wo man ein besseres Leben lebt.
Es gibt genug Wein, Speisen,
die Menschen kennen keine Armut,
sie leben dort in Harmonie, Liebe und Ehrlichkeit.
Gott segne dich in allen Zeiten.“*⁶²⁸

Bei der Untersuchung des *Amerika-Diskurses* im tschechischsprachigen Feuilleton bin ich wie beim deutschen vorgegangen; Texte wurden nach thematischer und inhaltlicher Relevanz ausgewählt und anschließend analysiert. Auch hierbei wurden die Themen jeweils dem wirtschaftlichen und dem geistigen *Amerikanismus* zugeordnet.

In den 1920er- und -30er-Jahren erschienen in beiden Quellen, in *Lidové noviny* sowie in *Eva*, zahlreiche Berichte über die USA. Die meisten Feuilletons stammen – ähnlich wie die deutschen Texte – von Wirtschaftsleuten, Ingenieuren, Journalisten und Reisenden. Einer der Autoren, die in der Zwischenkriegszeit in *Lidové noviny* die meisten Amerika-Berichte veröffentlichten, war Berty Ženatý, ein Bauingenieur, der mit seiner Familie acht Jahre lang in den USA lebte. Er beschrieb verschiedene Aspekte der US-amerikanischen Lebensweise, die er mit dem Leben in der ČSR verglich. Weitere Autoren, die über einen Amerika-Aufenthalt berichteten, waren

⁶²⁸ Anonym: *Písňe o blahobytu v Americe* In: *LN*, 21.1.1920, NA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Ty překrásná země Ameriko, kdybys ty nebyla tak daleko, vynášoval bych sobě tam přijít, bylo by tam lepší živobytí. Tam jest vína dosti, pokrmu hojnosti, nejsou lidé v žádné bídě, žijou tam v svornosti, v lásce, v úpřímnosti. Bůh ti žehná v každé době.*“ Das Lied stammt von K. Vodňanský aus dem Jahr 1853 und trägt den Titel: *Nová veselá píseň o holčičkách v Americe* (Ein neues fröhliches Lied über amerikanische Mädchen).

Eduard Valenta⁶²⁹, Otakar Slavík⁶³⁰, Emanuel Šlechta⁶³¹ und Marie Fantová, die unter dem Kürzel Ma-Fa veröffentlichte. Die im tschechischsprachigen Feuilleton behandelten Themen stimmen im Groben mit denen überein, die das deutsche Feuilleton aufgriff. Das Augenmerk wurde vorwiegend auf den Bereich der Wirtschaft gerichtet, wobei die Rationalisierung der industriellen Fertigungsprozesse, die Organisation der Arbeit (Fordismus und Taylorismus) sowie das allgemeine Geschäftsleben im Vordergrund standen. Weiterhin schrieb man über die US-amerikanische Lebensführung und Kultur, unter der man – genau wie auch in Deutschland – die moderne urbane Massenkultur verstand. Wie am Beispiel der Avantgardegruppe *Devětsil* noch gezeigt wird, diente der kulturelle *Amerikanismus* als Modell für den tschechischen *Positivismus*.

Die Tschechoslowakei gehörte zum selben europäischen Kulturkreis wie Deutschland, und auch ihre Bewohner fühlten sich, ähnlich wie die Deutschen, der *amerikanischen* Kultur überlegen. In diesem Zusammenhang möchte ich auf einen Text von Eduard Valenta verweisen, in dem er sich mit dem *Amerikanismus* aus der Perspektive des „europäischen Kulturmenschen“⁶³² auseinandersetzt. Trotz der Tatsache, dass die amerikanische *Vergnügungskultur* in der ČSR – wie in Deutschland – als weniger anspruchsvoll galt, war im Feuilleton von *Lidové noviny* und *Eva* keine vergleichbar aggressive Kritik festzustellen, ebenso wenig eine stark ausgeprägte Abgrenzung von dieser Kultur. Dies resultierte meines Erachtens daraus, dass die Tschechoslowakei in den 1920er-Jahren – anders als Deutschland – ein junger Staat war, dessen Priorität darauf lag, den Prozess der nationalen Konstituierung zu fördern und eine gemeinsamen Kulturtradition zu begründen. Daher wurde der kulturelle Amerikanismus nicht als eine Bedrohung wahrgenommen, gegen die man sich wehren musste.

Die USA waren für die ČSR vielmehr ein wichtiger politischer Partner, der die Republik von Beginn an unterstützte. Das zeigt sich in *Lidové noviny* und *Eva* verstärkt gegen Ende der 1930er-Jahre, als die politische Entwicklung in Deutschland Befürchtungen hervorzurufen beginnt. Die Tschechoslowakei suchte nach Verbündeten, die ihr den Rücken stärkten, und glaubte, sie neben England und Frankreich in den USA gefunden zu haben. 1938 berichtet Berty Ženatý beispielsweise in

⁶²⁹ Vgl. Valenta, Eduard: *Evropské divy v Americe*. In: *LN*, 30.12.1936, MA.

⁶³⁰ Vgl. Slavík, Otakar: *Dobrodružství, Otakara Slavíka. XIV. Z Bostonu pěšky do San Francisca*. In: *LN*, 14.2.1920, NA.

⁶³¹ Vgl. Šlechta, Emanuel: *Americký Západ*. In: *LN*, 22.9.1928, MA.

⁶³² Valenta, Eduard: *Jeden slib ve světě obchodníků a živnostníků, ...* In: *LN*, 10.7.1928, MA.

seinem Artikel *United we stand*⁶³³: „In den letzten Wochen trägt die amerikanische Post eine Menge Briefe aus. Die Tschechoslowakei ist populär geworden.“⁶³⁴ Die in Amerika lebenden Tschechen und Slowaken betreiben Lobby-Arbeit im Interesse der Republik. Davon zeugt auch der ein weiterer Artikel Ženatýs vom Juni desselben Jahres, in dem er aufmunternd berichtet: „Es ist für den Tschechoslowaken erfreulich, heutzutage amerikanische Zeitungen zu lesen, und derjenige, der in Amerika gelebt hat, weiß gut, was es bedeutet [...]. Amerika applaudiert den Tapferen.“⁶³⁵ Dies verdeutlicht, welche große Bedeutung die USA bei der Republikgründung und während ihres Fortbestehens spielten; gleichzeitig liegt hierin auch eine Erklärung, warum die Tschechoslowakei den Vereinigten Staaten gegenüber im Prinzip positiv eingestellt war.

Um zu veranschaulichen, aus welcher Perspektive man in der Tschechoslowakei Amerika bewertete, möchte ich auf Karel Čapek verweisen. 1926 bekannte er in einem Brief an den Herausgeber der *New York Sunday Times*⁶³⁶, dass er zwar nie in Amerika gewesen sei, sich jedoch durch das Lesen von zahlreichen Artikeln, die meist von Europäern stammten, eine Vorstellung von Amerika gebildet habe. Diesbezüglich wiederholt sich also auch im Falle der Tschechoslowakei das *deutsche Modell*: Čapek spricht von „amerikanisierten Europäern“⁶³⁷, die sich davon Erfolg versprechen, dass die USA das alte Europa modernisieren. Hierfür bestimmt er drei wichtigste US-amerikanische Exporte, die er geradezu als Heilmittel preist. Erstens nennt er das Tempo bzw. die „efficiency“⁶³⁸, dem er die jahrhundertlang gereifte europäische Kultur entgegensetzt. Zweitens gibt es den Erfolg, dem er die höheren und langfristigen Werte gegenüberstellt. Und schließlich drittens die Quantität und Megalomanie, als Kontraste zu europäischer Vollkommenheit und Vielfalt. Čapeks Vergleiche verdeutlichen, dass die Wahrnehmung Amerikas auch in der ČSR aus

⁶³³ Ženatý, Berty: *United we stand*. In: LN, 19.5.1938, MA.

⁶³⁴ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „V posledních týdnech přináší americká pošta veliké množství lístků. Československo se stalo populárním.“ Vgl. auch: Ženatý, Berty: *Pišme jim!* In: LN, 17.6.1938, MA.

⁶³⁵ Ženatý, Berty: *Amerika nám tleská*. In: LN, 4.6.1938, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Je pro Čechoslováka radostné číst nyní americké noviny a kdo v Americe žil a zná myšlení Američanů, ten dobře ví, co to znamená [...]. Americké noviny tleskají statečným.“

⁶³⁶ Čapek, Karel: *O amerikanismu. Dopis vydavateli New York Sunday Times*. In: Čapek, Karel: *O věcech obecných čili Zoon politikon*. Hynek Praha, 2000, S. 56 - 61. Diese Sammlung bündelt Čapeks politische Ansichten, die er zwischen 1924 bis 1932 in loser Folge veröffentlichte.

⁶³⁷ Ebenda, S. 58. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „amerikanizovaní Evropané“.

⁶³⁸ Ebenda.

der Position des „europäischen Kulturmenschen“⁶³⁹ erfolgte, dass die europäische Kultur und Lebensweise als die vollkommenere galt. Gleichwohl wurden die USA im technischen und wirtschaftlichen, aber auch in vielen anderen Bereichen des praktischen Lebens als Vorbild angesehen.

7.4 Der wirtschaftliche Amerikanismus

Dass die USA in der Tschechoslowakei als Vorbild für die Entfaltung der Wirtschaft wahrgenommen wurden, belegt eine Vielzahl von Feuilletons. Besondere Beachtung verdient in diesem Zusammenhang ein Bericht über den *Amerikanischen Slawenkongress*, der von Juni bis November 1920 in Washington, Chicago, Pittsburgh und New York stattfand. Der Kongress wurde von der *Amerikanischen Slawischen Gesellschaft* organisiert.⁶⁴⁰ Sein Zweck war es, die neuen slawischen Staaten in Amerika zu präsentieren und ihnen ein Forum sowie Unterstützung zu sichern. Die oberste Priorität lag aber darin, den slawischen Staaten eine „amerikanische Orientierung“⁶⁴¹ zu vermitteln. Dafür gab es mehrere Gründe. Zum einen waren die USA eine wirtschaftliche und politische Weltmacht, die fähig war, die Entwicklung der slawischen Staaten positiv mitzuprägen. 1920 heißt es in diesem Zusammenhang:

„Von allen großen Völkern verfügen die Vereinigten Staaten im größten Maße über schöpferisches Genie, Organisations- und Ingenieurfähigkeiten wie auch über finanzielle und wirtschaftliche Mittel, die für die gigantische Aufgabe des Wiederaufbaus von slawischen Ländern notwendig sind [...]“⁶⁴²

Ein viel wichtigerer Grund war jedoch, dass die USA in keinem Konkurrenzverhältnis zu den slawischen Staaten standen. Dies war für die Tschechoslowakei elementar, denn der Emanzipationsprozess der jungen Nation war von der Bemühung geprägt, sich von den Deutschen abzukoppeln, zu denen die ČSR in Weimarer Zeiten enge Wirtschaftsbeziehungen unterhielt. Folgerichtig heißt es deshalb:

⁶³⁹ Valenta, Eduard: *Jeden slib ve světě obchodníků a živnostníků*, ... a. a. O.

⁶⁴⁰ Vgl. Jarušek, Josef: *Americký slovanský kongres. VI. Proč v Americe?*. In: LN, 15.5.1920, NA.. Laut Jarušek lebten 1920 in den USA ca. 8 Millionen Menschen slawischer Abstammung.

⁶⁴¹ Jarušek, Josef: *Americký slovanský kongres. III. Organisaace Slovanské hospodářské unie*. In: LN, 8.5.1920, NA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Nová slovansko-americká orientace*.“

⁶⁴² Jarušek, Josef: *Americký slovanský kongres. VI. Proč v Americe?*. In: LN, 15.5.1920, NA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Ze všech velkých národů světa Spojené státy vládnou v největším měřítku oním velkým tvůrčím geniem, organizačními a inženýrskými vlohami, jakož i finančními a hospodářskými zdroji, nutnými k podniknutí gigantické úlohy rekonstrukce a vybudování slovanských zemí [...]*.“

„Der zweite und wichtigste Grund, wieso sich die Slawen wünschen, dass Amerika und nicht Deutschland die führende Rolle beim Wiederaufbau von slawischen Ländern übernimmt, ist der Umstand, dass es absolut keinen Grund für einen wirtschaftlichen oder politischen Antagonismus zwischen den Vereinigten Staaten und den slawischen Ländern Europas und Asiens gibt.“⁶⁴³

Im Zusammenhang mit dem *Amerikanischen Slawenkongress* wird auch der Begriff *Amerikanismus* als Philosophie genannt, die als Vorbild für die Entwicklung der slawischen Staaten gelten sollte:

„Die Slawen blicken zu Amerika auf, und das nicht nur in Hoffnung auf Hilfe in wirtschaftlicher Not. Wie auch immer der Begriff ‚Amerikanismus‘ von Inkompetenten missbraucht wurde und nun abgegriffen wirkt, die Wahrheit ist, dass die Grundlage des Amerikanismus, der eine kreative Lebensphilosophie ist, im Begriff ist, lebensfähig zu werden. Diese Grundlage, die Substanz des Amerikanismus ist die praktische Umsetzung von Freiheiten, die dem amerikanischen Volk von den Gründervätern der amerikanischen Unabhängigkeit vermacht wurden.“⁶⁴⁴

Der „*Amerikanismus*“ wurde als eine „*optimistische Lebensphilosophie*“⁶⁴⁵ verstanden, welche die Slawen, die in ihrer Geschichte Schweres zu erleiden hatten, sehr dringend bräuchten. „*Amerikanismus*“ bedeutete eine moderne Wirtschaftsführung, die sich durch Rationalisierung in der Produktion und Arbeitsgestaltung auszeichnete. Der freie Handel, das Kommunikations- und Verkehrssystem, die Industrie, sie alle waren Eckpfeiler der modernen US-amerikanischen Zivilisation, von der man lernen konnte und sollte. „*Denn in diesem unternehmerischen Geist und kreativen Streben muss die wahre Essenz des Amerikanismus gesucht werden.*“⁶⁴⁶ Bemerkenswert ist, dass im Zusammenhang mit jener Vorbildfunktion Amerikas der tschechische Gelehrte Comenius – der Begründer der Pädagogik – erwähnt wird, der be-

⁶⁴³ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Druhým a jedním z nejhlavnějších důvodů, proč Slované si přejí, aby Amerika a nikoliv Německo vzalo v ruku vedoucí část rekonstrukce slovanských zemí, jest okolnost, že není absolutně žádné příčiny ku obchodnímu či politickému antagonismu mezi Spojenými státy a slovanskými zeměmi Evropy a Asie.“*

⁶⁴⁴ Jarušek, Josef: *Americký slovanský kongres. IV. Amerikanisace slovanského světového názoru.* In: LN, 11.5.1920, NA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Slovanstvo však nepohlíží k Americe pouze o pomoc v tísní hospodářské. Jakkoliv, zneužitím v ústech nepovolných, sevšednělým se stalo slovo ‚amerikanisace‘, pravdou nicméně zůstává, že podstata amerikanismu co tvořivé filosofie života stává a jest schopna dalšího vývoje. Touto podstatou, substanc amerikanismu jest praktické provádění svobod odkázaných americkému lidu praotci americké nezávislosti.“*

⁶⁴⁵ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„A Slované, [...], touží a potřebují takovou optimistickou filosofii života.“*

⁶⁴⁶ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„V tomto duchu podnikavosti a tvořivé snaze musíme hledati pravou podstatu amerikanismu.“*

reits im 17. Jahrhundert prophezeite, dass Amerika „die Zukunft der Menschheit“⁶⁴⁷ werden würde. Die Slawen folgten somit seinem Vermächtnis.

Um den „Amerikanismus“ zu erforschen und zu erlernen, entsandten nach dem Ende des Ersten Weltkrieges die neu entstandenen slawischen Staaten zahlreiche Experten aus Wirtschaft, Industrie, Finanzwesen und Agrarwirtschaft in die USA. Es waren also, ähnlich wie im Falle Deutschlands, in erster Linie Wirtschaftsleute, Ingenieure und Journalisten, die zu Beginn der 20er-Jahre zu Studienzwecken in die USA reisten und darüber berichteten. Ihre Aufgabe war es „in Amerika all das zu lernen, was ihren Ländern helfen könnte. Jeder von ihnen wollte einen nützlichen und grundlegenden Bestandteil dessen nach Hause bringen, was als ‚Amerikanismus‘ bezeichnet wurde“⁶⁴⁸.

Gleichzeitig verstand man unter dem Begriff des *Amerikanismus* auch eine Standardisierung in allen Bereichen, egal, ob es sich dabei um Unternehmen, Straßen, Hotels oder Sitten handelte.⁶⁴⁹ 1924 wird der *Amerikanismus* wie folgt kategorisiert:

„Amerikanismus, Zentralisierung, Spezialisierung, Normalisierung und Unifikation, nicht nur für Schuhe, Seife und Paraffin, Automobile und Turbogeneratoren, für Legionäre und ehemalige K.u.K.-Soldaten, für Verkehrs- und Sicherheitsschutzmänner, sondern auch etwas für die Gerechtigkeit.“⁶⁵⁰

Obwohl der wirtschaftliche *Amerikanismus* im Allgemeinen als nachahmenswertes Modell akzeptiert wurde, gab es durchaus Stimmen, die vor einer blinden Übernahme US-amerikanischer Methoden warnten. So plädierte beispielsweise 1925 der Ingenieur Jan Tille dafür, die Charakteristika der einzelnen Länder zu berücksichtigen und nicht gedankenlos zur *Amerikanisierung* der eigenen Wirtschaft überzugehen, was aufgrund abweichender Produktionsstrukturen usw. zum Scheitern verurteilt sei.⁶⁵¹

Im Jahr 1924 fand in der Tschechoslowakei eine internationale Tagung zum Thema *Scientific Management* bzw. wissenschaftliche Arbeitsführung (Taylorismus) statt.⁶⁵²

⁶⁴⁷ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*budoucnost lidstva*“.

⁶⁴⁸ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „[...] *aby se v Americe přiučili všemu, co by mohlo jich zemím prospěti. Jeden každý z nich chtěl přinést domů nějakou užitečnou a podstatnou část toho, čemu říkali ‚amerikanism‘.*“

⁶⁴⁹ Vgl. Formánek, Jerry: *Americký hotel*. In: LN, 9.1.1936, NA.

⁶⁵⁰ Cheth: *Normalisace*. In: LN, 29.7.1924, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Amerikanismus, centralisace, specialisace, normalisace a unifikace nejen pro boty, mýdlo a parafin, auta a turbogenerátory, pro legionáře a bývalé c. k. vojáky, pro stráž dopravní a bezpečnost, ale také něco pro spravedlnost.*“

⁶⁵¹ Vgl. Tille, Jan (Inž. Dr.): *Amerikanisace u nás*. In: LN, 15.1.1924, NA.

⁶⁵² Kovařík, František: *O Vědeckém řízení práce*. In: LN, 19.7.1924, MA.

Nach dem Krieg war es notwendig, Energie, Naturressourcen, aber auch menschliche Arbeitskraft zu sparen. Als Vorbilder für die Durchsetzung derartiger Maßnahmen galten nach dem Ersten Weltkrieg die USA und Deutschland. Daher nahmen an jener Tagung auch Vertreter von US-amerikanischen Ingenieurverbänden teil, die die tschechischen Ingenieure und Techniker über Methoden der modernen Arbeitsführung informierten. Es ging darum zu zeigen,

*„[...] wie die Arbeitsführung in Unternehmen jeglicher Art aussehen sollte, so dass bei minimalem Arbeitsaufwand der höchste Nutzen erzielt wird. [...] Moderne Produktionsführung erfordert deshalb die Erstellung eines genauen Arbeitsprogramms, seine Unterteilung und die Festlegung einer Reihenfolge der einzelnen Arbeitsschritte.“*⁶⁵³

In einem weiteren Bericht über diesen Ingenieurkongress wird auf die Methoden von Frederick Winslow Taylor noch näher eingegangen, die nicht nur als Vorbild für die Wirtschaft, sondern für die Organisation der ganzen Gesellschaft verstanden wurden, weil sie zur Lösung sozialer Probleme beitragen könnten. *„Hohe Löhne, verbunden mit niedrigen Produktionskosten, und maximale Prosperität für alle, die gemeinsam in einem Betrieb arbeiten.“*⁶⁵⁴ Im Zusammenhang mit dem gesellschaftlichen Nutzen des *Taylorismus* wird besonders die Aufgabe des Ingenieurs hervorgehoben, den ein *„angenehmes Gefühl“* überkommt, wenn er sieht, *„wie er der Menschheit bei ihrem schwierigen Weg hilft“*⁶⁵⁵. Solche Zeilen sind ein Beleg dafür, dass die Auseinandersetzung mit der Aufgabe des Ingenieurs beim gesellschaftlichen Wiederaufbau in der Tschechoslowakei ebenso aktuell war wie in Deutschland. Neben Taylor wurde auch Henry Ford in der ČSR als Vorbild betrachtet. Nicht nur die Tatsache, dass Ford den *amerikanischen Traum* verwirklicht hatte, sondern auch das soziale Engagement für seine Arbeiter machten ihn zu einem Ideal sowohl

⁶⁵³ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„[...] jak řídit práci v podnicích jakéhokoliv odvětví, aby minimem práce se dosáhlo největšího užitého účinku. [...] Moderní vedení výroby vyžaduje tudíž sestavit přesný program práce, jejího rozdělení a postup jednotlivých pracovních výkonů.“*

⁶⁵⁴ Beneš, Emil: *Kongres inženýrů*. In: LN, 21.7.1924, NA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Vysoké mzdy, spojené s nízkými výrobními cenami, a maximum prosperity pro všechny, kteří pracují společně v jednom podniku.“* Vergleiche hierzu: Ženatý, Bertý: *Ten, který najímá lidi*. In: LN, 26.8.1928, MA. Ženatý berichtet über die Personalpolitik in den USA und über die Aufgabe von Employment-Managern. Die Amerikaner *„beginnen eine ganze Wissenschaft daraus zu machen, wie sie das Denken und das Herz des Arbeiters in Einklang mit seiner täglichen Arbeit bringen können“*. Denn diese Art, die Menschen zu formen, die *„Humanasing Industry“*, mache den Erfolg der amerikanischen Wirtschaft aus. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Oni začínají dělat celou vědu z toho, jak přivést mysl dělníka a srdce dělníka do stejné linie a fronty s jeho denní prací.“*

⁶⁵⁵ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Pocit inženýra, vidí-li, jak pomáhá lidstvu na jeho trnitě cestě, jest jistě příjemný, [...]“*

für die Liberalen wie für die Linken.⁶⁵⁶ Daher lässt sich sagen, dass der *Amerikanismus* weitaus mehr war als ein Mittel der wirtschaftlichen Reorganisation, denn er trieb auch die gesellschaftliche Restrukturierung voran, deren Folge die Herausbildung der modernen, demokratischen Industriegesellschaft war.

Als Paradebeispiel für diesen komplexen Prozess kann die folgende Schilderung eines Arbeitstages in einem Chicagoer Wolkenkratzer dienen. Jener Wolkenkratzer wird darin als ein eigenständiger Organismus beschrieben, der sich im größten Maße selbst versorgt. Die Menschen, die ihn bevölkern, laufen wie gut geölte und ebenso organisierte Rädchen einer riesigen effektiven Arbeitsmaschine.⁶⁵⁷ Die amerikanischen Büros, die sich von den europäischen in vielerlei Hinsicht unterscheiden, werden dabei besonders aufmerksam betrachtet; sie sind ein Ausdruck der rationalisierten und standardisierten Arbeits- und Lebensweise der US-Amerikaner.

*„So unterschiedlich das Leben in den amerikanischen Büros auch sein mag, so ähnlich ist es trotzdem auch, was gar nicht anders möglich ist bei einer Tätigkeit, die so viele Gemeinsamkeiten hat. Die Büros beginnen ihre Arbeit wie Roboter um punkt halb neun.“*⁶⁵⁸

Als größter Unterschied zu den europäischen Gepflogenheiten wird die Lässigkeit hervorgehoben, mit der US-amerikanische Vorgesetzte mit ihren Mitarbeitern umgehen und umgekehrt. *Der Amerikaner* verkörpert insgesamt den idealen Arbeitsmenschen.

Der amerikanische Geschäftsmann

Im Zusammenhang mit dem US-amerikanischen Wirtschaftsleben wurde auch der amerikanische Geschäftsmann thematisiert. Berty Ženatý vergleicht den tschechischen Unternehmer mit dem russischen und amerikanischen. Dem tschechischen Geschäftsmann wirft Ženatý z. B. vor, dass er noch nicht erkannt habe, wie bedeutsam eine beleuchtete Auslage ist, und dass es ihm an Kenntnissen in der Kundenpsychologie fehle. Viel interessanter ist jedoch der Vergleich von Russen und Amerikanern, der vor allem Klischees bemüht und ganz anderes offenbart als allein *amerikanische* Geschäftspraktiken in den jeweiligen Ländern. Der typische russische Händler wird als Tee trinkender, schmutziger, in der Ecke hockender

⁶⁵⁶ Vgl. Ženatý, Berty: *Nám, nám, narodil se*. In: *LN*, 1.1.1928, SA.

⁶⁵⁷ Klečka, J.: *Život v americkém mradodrapu*. In: *LN*, 23.6.1928, NA.

⁶⁵⁸ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Jak je život v amerických kancelářích rozmanitý, tak je si přece jenom hodně podobný, jakž ani není jinak možné při činnosti, která má tolik společných prvků. Kanceláře spustí přesně jako automaty nařazené na půldevátou hodinu.“*

Bösewicht beschrieben, der seinen Kunden auflauert wie eine Spinne den Fliegen und der davon überzeugt ist, dass er seinen Kunden einen Gefallen tue, wenn er sie bedient. Im Gegensatz dazu ist der amerikanische Geschäftsmann jung, agil, innovativ und kundenfreundlich.⁶⁵⁹ Ženatýs Botschaft ist klar: as sowjetische System stellt für die Tschechoslowakei kein Vorbild dar, sondern die USA sind der Wegweiser in die Zukunft.

Als Reaktion auf diesen Text schrieb Eduard Valenta ein Feuilleton, in dem er seine Kritik am *Amerikanismus* offenbarte.⁶⁶⁰ Obwohl er sich mit Ženatý einig war, dass im tschechoslowakischen Geschäftsleben vieles zu verbessern sei, lehnte er den *Amerikanismus* als Allheilmittel ab. Seine Argumentation ist insofern signifikant, als er den *Amerikanismus*, den er als vermeintlich typische *amerikanische* Lebensweise empfindet, von der Position des „*europäischen Kulturmenschen*“ aus bewertet. Dies bekräftigt einmal mehr, dass die ČSR Bestandteil des europäischen Kulturraumes war. Valenta schreibt:

„Viele amerikanische Wahrheiten, Grundsätze und die Lebensart, die dort für ausgezeichnet und selbsttötend gehalten werden, sind in vielerlei Hinsicht für den europäischen Kulturmenschen etwas, was ihm die Haare zu Berge stehen lässt und wonach er mit noch mehr Ekel greifen würde als nach einem Wurm.“⁶⁶¹

Valentas Ansichten resultieren aus denselben Vorstellungen von den USA, wie sie auch in Deutschland verbreitet waren (vgl. 2. Kapitel).

7.4.1 Tomáš Baťa, der tschechische Henry Ford

Der tschechische Schuhfabrikant Tomáš Baťa war der bekannteste und erfolgreichste Unternehmer der Zwischenkriegszeit, ein tschechoslowakischer *Henry Ford*. Er war mehrmals in Amerika, wo er vielerlei dazulernte. Seine Erfahrungen in Verbindung mit seinem Unternehmergeist und der Bereitschaft zur Innovation ermöglichten es ihm, ein erfolgreiches Schuhunternehmen aufzubauen, das Massenware zu günstigen Preisen produzierte und dadurch den Markt dominierte. Seine Verkaufsphilosophie, die ihm zum Erfolg verhalf, lautete: „*Der Kunde ist König*“.

⁶⁵⁹ Ženatý, Berty: *Kupčák, nebo businessman?* In: LN, 6.7.1928, MA. Vgl. auch: Ženatý, Berty: *Učte se laskavosti*. In: LN, 14.9.1928, MA.

⁶⁶⁰ Valenta, Eduard: *Jeden slib ve světě obdodníků a živnostníků*, ... a. a. O.

⁶⁶¹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Mnohé americké pravdy, zásady a způsob života, pokládány tam za výborný a samospasitelný, je v mnohém opravdu kulturnímu Evropanu čímsi, nad čím se mu ježí vlasy a po čem by sáhl s větší nechutí než po housence.*“

Baťa wurde als Vertreter des *Amerikanismus* verstanden. Er selbst sah sich hingegen als jemanden, der bereit war, seinen Weg zu gehen und sich dabei auf seine eigene Kraft und Arbeit zu verlassen.⁶⁶² 1928 schilderte Marie Fantová in ihrem Feuilleton Baťa auf ironisierende Weise als einen Mann, „*der sich mit Lust und Elan eines Boxchampions kopfüber in Kämpfe mit neuen Geschäftsproblemen stürzt*“⁶⁶³. Sein Erfolgsgeheimnis sah sie in der „*Folge einer rekordmäßig schnellen Synchronizität, eines scharfen Verstandes, Einschätzungsvermögens, der Entscheidung und Realisierung*“⁶⁶⁴.

Was Baťa darüber hinaus mit Ford und Taylor verband, war die Überzeugung, dass nur ein zufriedener Arbeiter gute Arbeit leistet. Er förderte seine Arbeiter z. B. indem er ihnen gute Löhne zahlte, ihnen Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung und andere soziale Vorteile anbot. Baťas Philosophie prägte nicht nur seine Arbeitspolitik, sondern auch das Stadtbild von Zlín, wo sein Werk stand. Wie Ford Detroit baute Baťa Zlín auf. Er ließ für seine Arbeiter moderne, funktionale Häuser bauen, die den neuesten Standards des zeitgenössischen Wohnungsbaus entsprachen. Sein Ziel war es, aus Zlín nicht nur eine moderne, sondern auch angenehme grüne Stadt zu machen, in der die Menschen sowohl arbeiten als auch ein erfülltes Leben führen konnten. Diese Bemühungen Baťas wurden nicht nur positiv gewertet, wovon auch die äußerst kritische Haltung von Fantová bezogen auf die standardisierten Arbeits- und Lebensverhältnisse von Baťas Arbeitern zeugt:

*„Maschine, Mann und Frau arbeiten von morgens bis abends, heute gestern, morgen, in einem Monat und in einem Jahr, das millionte Mal eine einzige Bewegung. [...] Nach der Arbeit gehen Mann und Frau nach Hause. So viele und so viele Quadratmeter. Für jedes geborene Kind gehen auf ihr Konto tausend Kronen ein. Der Standard der Kleinkinder in Zlín ist vorzüglich.“*⁶⁶⁵

Auch die Art, wie Fantová in ihrem Text Baťas Bauart beschreibt, lässt erkennen, dass sie ihm eine programmatische Vorgehensweise vorwirft, die nur Uniformität und keine Abweichung toleriert, der eine kühle und kalkulierte Ästhetik zugrunde-

⁶⁶² Vgl. Baťa, Tomáš: *Úvahy a projevy*. Institut řízení Praha, 1990. Hier seine Stellungnahme zum Thema *Amerikanismus*, S. 228.

⁶⁶³ Ma-Fa: *V Baťově městě na prvního máje*. In: *LN*, 5.5.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „[...] *kterí se jiste s rozkoší a nápirem boxerského šampiona vrhá strmhav do rvaček s novými obchodními problémy, [...]*“.

⁶⁶⁴ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „[...] *proud oné rekordně rychlé synchroničnosti bystrého vnímaní, posudku, rozhodnutí a jeho realisace [...]*“.

⁶⁶⁵ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Stroj, muž i žena dělají od rána do večera, dnes, včera, zítra, za měsíc a za rok po biliontě jediný pohyb. [...] Po Práci jde muž i žena domů. Tolik a tolik úpracných čtevečných metrů. Za každé narozené dítě se připsá na konto muže a ženy tisíc korun. Standard zlínských miminek je znamenitý.*“

liegt. Das alles wurde auch mit dem rationalisierten Amerika in Verbindung gebracht.

„Glas, rechter Winkel, Backsteine, so rosa wie lebendiges Fleisch, metallene Nabelschnur von Gebäude zu Gebäude, flache Dächer, Kamine wie Sonnenblumen aus Blech, in eine Richtung zusammengewunden, Reflexionen von Licht auf Metall, Glas und auch auf dem Asphalt. Und das alles umgeben und durchdrungen von unendlichen ‚Prinzipienwänden‘: Seien wir Gewinner, die Welt gehört den Starken, haben wir ein Ziel.“⁶⁶⁶

Baťa war die Verkörperung des idealen *amerikanischen* Geschäftsmannes. Aber er war weitaus mehr als ein Vorzeigeunternehmer; er war ein Visionär, der einen Beitrag zur Entwicklung der modernen Industriegesellschaft in der Tschechoslowakei leisten wollte und konnte. Mit seiner Person verband sich –ähnlich wie mit Ford – die Vorstellung vom Kapitalismus mit demokratischem Ansatz und menschlichem Antlitz einerseits, andererseits aber auch die Kritik an eben diesem.

7.4.2 Europa im Wettbewerb mit Amerika am Beispiel eines Science-Fiction-Feuilletons

Zum Abschluss dieses Themenfeldes möchte ich noch ein Feuilleton aus dem Jahr 1928 anführen, das das erschütterte europäische Selbstverständnis und Selbstbewusstsein nach dem Ende des Ersten Weltkrieges und die daraus folgende Positionierung gegenüber den USA thematisiert. Bei diesem Feuilleton handelt es sich um eine Science-Fiction-Satire mit politischem und gesellschaftskritischem Unterton, die den Kampf um die Vormachtstellung zwischen Europa und Amerika parodiert.

Die Geschichte erzählt davon, dass die Europäer eine Rakete bauen, die von Berlin aus nach Rio de Janeiro fliegen soll. Der Flug gelingt in Rekordzeit, in 9 Stunden und 32 Minuten. Sie wird vom Ingenieur Opel gebaut und die Reklamekampagne für den Flug von Baťa finanziert. Die Slogans lauten: *„Europa ist nicht ausgestorben, Europa übertrifft Amerika, Europa zeigt mehr Initiative, Europa hat sich aufgerafft.“⁶⁶⁷* Nach solch einem großen Erfolg beschließt man, dass die Rakete auch zurückfliegen soll, und zwar nach Hamburg, wo sie von tausenden

⁶⁶⁶ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Sklo, pravý uhel, cihly sytě růžové jako živé maso, kovové pupeční šňůry od budovy k budově, ploché střechy, komínky jako plechové slunečnice, stočené jedním směrem, odrazy světla na kovu, skle i na asfaltě. A to všechno obeháno a prostoupeno nekonečnými „zdmi principů“: Budme vítězi, svět patří silným, mějme cíl.“*

⁶⁶⁷ Ceněk, Eda: *Výlet raketou*. In: *LN*, 15.7.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Evropa nevyhynula, Evropa již překonává Ameriku, Evropa je iniciativnější, Evropa se vzchopila.“*

Zuschauern, Fotografen und Journalisten erwartet wird. Dieser Rückflug soll die wiedererlangte Macht und Stärke Europas manifestieren und ihren Sieg über Amerika besiegeln.

„Das wird die definitive Niederlage Amerikas sein! Falls Lindbergh zwei Millionen Menschen erwarteten, sind hier einige zehn Millionen Europäer versammelt, Vertreter jenes tot geglaubten Europas, von dem man sagte, dass es aussterbe, dass es steril und impotent sei. Hier sind die Beweise! Ist es denn eine Kunst, von Amerika über den Atlantik nach Europa zu fliegen? Von Europa nach Amerika! Und von Berlin nach Rio de Janeiro und gleich zurück in neuneneinhalb Stunden. [...] Die wirtschaftlichen, kulturellen, zivilisatorischen, psychologischen und überhaupt alle Grundlagen Europas verfestigten sich augenblicklich und wachsen weiter als Beweise für ihre Potenz.“⁶⁶⁸

Doch dieses große Unterfangen nimmt einen unerwarteten Ausgang: Die Rakete landet nicht in Hamburg, sondern in Russland, in der Nähe von Leningrad. Cenek gelang mit diesem Feuilleton eine wunderbare Satire der europäischen Bemühungen, sich um jeden Preis mit Amerika messen zu wollen.

7.5 Der geistige Amerikanismus

Wie beschrieben war die Auseinandersetzung mit dem geistigen *Amerikanismus* in *Lidové noviny* und in *Eva* im Allgemeinen nicht von Überlegenheit oder Überfremdungsangst gekennzeichnet, wie dies in deutschen Medien überwiegend der Fall war. Dass die *amerikanische* Kultur eine industrialisierte war, wurde aber durchaus thematisiert, beispielsweise im Zusammenhang mit dem Zeitungsmarkt: *„Heutzutage werden Zeitungen nicht geschrieben. Sie werden gemacht. Das amerikanische Zeitungswesen ist eine Industrie. Das Zeitungswesen ist genauso systematisiert wie Fabriken.“⁶⁶⁹* Die US-Amerikaner wurden als rational und gefühllos dargestellt.⁶⁷⁰

⁶⁶⁸ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„To pak bude definitivní porážka Ameriky! Byli-li přítomni uvítání Lindbergha dva miliony lidí, jsou zde zúčastněni na obrovském podniku desetimiliony Evropy, o níž tvrdili, že hyne, že vymírá, že už dávno je sterilní a impotentní. Tu jsou důkazy! Copak je to umění přeletět oceán z Ameriky do Evropy? Z Evropy do Ameriky! A z Berlína do Rio de Janeiro a ihned zpět za devět a půl hodiny. [...] Základy Evropy hospodářské, kulturní, civilizační, psychologické a vůbec všechny základy jakoby náhle ztvrdly a mohutěly v další ohromné důkazy její potence.“*

⁶⁶⁹ Ženatý, Berty: *Americký žurnalismus*. In: LN, 22.8.1924, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Dnešního dne se noviny nepíší. Ony se dělají. Americké novinářství je průmysl. Novinářství je systematizováno jako továrny.“* Vgl. auch: Pilar, František: *Rockefellerismus*. In: LN, 12.11.1936, MA. Pilar schreibt darüber, gelesen zu haben, dass in den USA eine Zeitung allein für Rockefeller herausgegeben wird, da sich die Nachrichten, die sonst veröffentlicht werden, schlecht auf seinen Gesundheitszustand auswirken. Seine eigene Zeitung hingegen bringt nur Nachrichten, mit denen er zufrieden ist. Pilar beschreibt des weiteren seine Beobachtungen von Mitreisenden in der Tram, von denen jeder eine andere Zeitung liest, weshalb er zu dem Schluss kommt, dass sie im Prinzip alle wie Rockefeller seien, denn jeder liest die Zeitung, die seiner Überzeugung entspricht.

Hervorgehoben wurden unter anderem ihre Fähigkeiten in den Bereichen Repräsentation, Werbung und Propaganda, egal, ob es sich dabei um ein Produkt oder um einen Menschen handelte, wie z. B. bei der Präsidentenwahl⁶⁷¹. Typische Bestandteile der Kultur, die als *amerikanisch* galt, waren auch für die Medien der Tschechoslowakei: Sport⁶⁷², moderner Tanz und Jazz. So hieß es 1928:

*„Unsere Zeit könnte dem Beispiel der Steinzeit, Bronzezeit und allen anderen folgend als Tanzzeit bezeichnet werden, weil sich ihre Menschen von den vorhergehenden Zeiten dadurch unterscheiden, dass sie bei jeder Gelegenheit tanzen. [...] Der moderne Mensch erholt sich von der Arbeit am Schreibtisch in einem Tanzsaal.“*⁶⁷³

Der moderne Rhythmus des Jazz wurde auch im tschechischen häufig thematisiert. Als Beispiel kann das folgende, in *Eva* erschienene Zitat dienen, in dem die moderne Familie eines Prager Architekten beschrieben wird. Ihre Modernität äußert sich in einem Musikgeschmack, der den Nachbarn, der gern Caruso hört, wiederum empört:

*„Der Ehemann ein Modernist, die Ehefrau eine Modernistin, die Kinder Modernisten. Sie haben die Revellers in den Kampf gegen den Herrn Doktor geschickt. Die Revellers bubblen, surren, schreien, singen, mischen sich mit Caruso und bringen den Septimananer des Herrn Rat völlig aus dem Takt.“*⁶⁷⁴

Ähnlich wie in Deutschland erfreute sich das amerikanische Kino auch in der Tschechoslowakei großer Beliebtheit. Die Komödien von Charlie Chaplin waren genauso gefragt wie Hollywoods Melodramen. Wie im deutschen Feuilleton übte man im tschechischen häufig Kritik an der US-amerikanischen Filmindustrie, obwohl anerkannt wurde, dass deren Filmproduktionen immer ein hohen technischen und einen gewissen künstlerischen Standard erreichten.⁶⁷⁵

⁶⁷⁰ Vgl. Veselý, F.: *Hlas krve*. In: *LN*, 8.11.1928, MA.

⁶⁷¹ Vgl. Ženatý, Berty: *Ballots but not bullets*. In: *LN*, 7.11.1936, MA. Und: Valenta, Edvard: *Noc před volbou*. In: *LN*, 22.11.1936, MA.

⁶⁷² Vgl. z. B.: Mrvička, Otakar: *Profesionálové v ringu*. In: *LN*, 7.1.1928, NA. Oder: Sekera, Martin: *Divák náš pán*. In: *LN*, 8.5.1936, MA.

⁶⁷³ Ur: *Tančí se*. In: *LN*, 28.1.1928, NA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Naše doba mohla by se nazývat podle vzoru doby kamenné, bronzové a všech jiných dobou taneční, neboť její lidé se liší od dob předcházejících tím, že tančí při každé příležitosti. [...] člověk moderní si odpočine od práce za psacím stolem v tanečním sále.“*

⁶⁷⁴ Van: *Malostranská neděle*. In: *Eva*, Jg.II, Nr. 2, (15.11.) 1929, S. 14. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Nad panem doktorem zůstává rodina architektova. Muž modernista, žena modernistka, děti modernisté. Pustili proti panu doktorovi do boje Revellers. Revellers bublají, šumí, hučí, zpívají, míchají se s Carusem a popletli radovic septimánovi úplně takt.“*

⁶⁷⁵ Vgl. Smrž, Karel: *Film Zlacený rám*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 15, (1.6.) 1930, S. 28.

„Es ist wahr, dass es den amerikanischen Produzenten immer nur um den Gewinn ging, wie es anders in Amerika auch nicht denkbar ist, aber es muss zugegeben werden, dass sie einen Teil des Gewinns zur Vervollkommnung des Instruments nutzen konnten, [...]“.⁶⁷⁶

1928 erscheint in *Lidové noviny* ein Verriss des amerikanischen Films *Anna Karenina* mit Greta Garbo.⁶⁷⁷ Nicht nur der Film wird vernichtend beurteilt, viel härter noch trifft die Kritik das Filmzentrum Hollywood. Es wird als Geldfabrik beschrieben, die – wenn es um Profit geht – keine Grenzen kennt, da sie Filme auf eine Weise produziert, die auch den kommunistischen Russen das Geld aus der Tasche ziehen könnte.

Ähnlich wie in den meisten deutschen Texten schätzte man den Geschmack des US-amerikanischen Publikums nicht besonders hoch ein. Die Amerikaner werden in der Regel als wenig anspruchsvoll dargestellt. „Was das Vergnügen angeht, so ist der Geschmack des Durchschnittsamerikaners, sagen wir, bescheiden.“⁶⁷⁸ Im Vergleich zu der Tschechoslowakei gäbe es in den USA nur wenige Theater, die auch nur in großen Städten vorzufinden seien; was es jedoch in großer Anzahl gäbe, seien Kinos, die sich mit dem Namen „Lichtspielhaus“ schmückten. Von Bedeutung ist hierbei, dass das „tschechoslowakische Gemüt“ mit dem US-amerikanischen und dem russischen verglichen wird, also mit zwei völlig konträren Polen und Lebenskonzeptionen. Ihre eigene Lebensphilosophie sehen die *Tschechoslowaken* dabei als etwas, dass zwischen amerikanischem Optimismus und russischem Schwermut liegt. „Die amerikanische Konzeption ist strahlend, es ist das Licht, dessen Kontrast die reichhaltige, tiefe, wirre Dunkelheit Russlands ist. Wir sind in der Mitte. Ein Spiel von Halbtönen, von Schatten und Licht.“⁶⁷⁹ Nicht zuletzt deshalb mag die Darstellung der Amerikaner – trotz aller Kritik am *amerikanischen* Kulturgeschmack – weit aus weniger aggressiv und konfrontativ gewesen sein als im deutschen Feuilleton.

⁶⁷⁶ Anonym: *Americká režie*. In: LN, 11.3.1933, NA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Je pravda, že americkým výrobcům šlo vždy o výdělek, jak ani jinak v Americe není možné, ale je též nutno přiznat, že dovedli vždy části zisku použít ke zdokonalení nástroje, [...]“

⁶⁷⁷ MA-FA: *Bože, cara chraň a sověty taky!* In: LN, 6.11.1928, MA.

⁶⁷⁸ Valenta, Edvard: *Americké burlesky*. In: LN, 20.12.1936, MA. Zum Geschmack des amerikanischen Publikums vgl. auch: Anonym: *Americká režie*. In: LN, 11.3.1933, NA.

⁶⁷⁹ Nedvedová, V.: *Za Chaplinovým cirkem*. In: LN, 5.5.1928, NA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Americká koncepce je jasně zářivá, je to světlo, jemuž uplným kontrastem je bohatá, hluboká, bouřlivá temnota Ruska. My jsme uprostřed. Hra polotonu, světla stínu.“

7.5.1 Der kulturelle *Amerikanismus* am Beispiel der Avantgardegruppe *Devětsil*

In diesem Kapitel möchte ich auf eine besondere Verbindung zwischen dem kulturellen *Amerikanismus* und der linksorientierten tschechischen Avantgarde verweisen. Die tschechische Avantgarde orientierte sich an der französischen, aber mehr noch an der sowjetischen Avantgardekunst. Prototypisch waren hier vor allem die Gruppen *Skupina* und *Devětsil*. Die Mitglieder der Gruppe *Devětsil* verstanden sich zwar als Kommunisten, sahen aber im *kulturellen Amerikanismus* ein Vorbild für demokratische und zeitgemäße Kultur und eine Ausdrucksform der Lebensfreude.

Die Avantgardegruppe *Umělecký svaz Devětsil* wurde 1920 als „*Revolutionärer Kunstverband*“ („*revoluční umělecké sdružení*“) gegründet. Das Wort *Devětsil* kann entweder die Heilpflanze Pestwurz bezeichnen oder wörtlich übersetzt „*neun Kräfte*“ bedeuten. Zu den Gründervätern der Gruppe gehörten Karel Teige, der Schriftsteller Vladislav Vančura, der Dichter Jaroslav Seifert, der Maler Otakar Mrkvička und der Architekt Jaromír Krejcar; das einzige weibliche Mitglied war Toyen (Marie Čermínová). In den 1920er-Jahren war *Devětsil* die wichtigste Organisation der tschechischen Avantgarde. Die in Brünn errichtete Zweigstelle wurde von Artuš Černík geleitet. Mitglieder des Verbands waren Dichter, Publizisten, Maler, Architekten, Musiker, Fotografen, Schauspieler u. a.⁶⁸⁰ *Devětsil* veranstaltete Vorträge über Kunst, Rezitationsabende, Theatervorstellungen und veröffentlichte Almanache. Im Verlauf der 1920er gab die Gruppe verschiedene Zeitschriften heraus, z. B. *Pásmo*, *ReD*, *Stavba* und *Disk*, in denen auch Beiträge von ausländischen Künstlern veröffentlicht wurden. Die Mitglieder von *Devětsil* unterhielten umfangreiche Korrespondenzen mit ausländischen Avantgardisten und Gesinnungsgenossen, unter anderem auch mit dem *Bauhaus*, worauf ich noch zurückkommen werde.

Das politische und künstlerische Programm von *Devětsil* formulierte der Theoretiker Karel Teige, der auch der Sprecher der Gruppe war. Grundlage war eine ablehnende Haltung gegenüber dem Krieg und der bürgerlichen Kunst, aber auch von Avantgardeströmungen der Vorkriegszeit distanzierte man sich. Im Programm heißt es: „*Die neue Kunst sollte auf die Zukunft gerichtet sein, und sie sollte die ‚Archetypen‘ des neuen Lebens schaffen.*“⁶⁸¹ In einem Sammelband von *Devětsil* aus dem

⁶⁸⁰ Vgl. Illing, Frank: *Jan Mukařovský und die Avantgarde. Die strukturalistische Ästhetik im Kontext von Poetismus und Surrealismus*. Aisthesis Verlag Bielefeld, 2001, S. 63 - 97.

⁶⁸¹ Buriánek, František: *Česká literatura první poloviny XX. Století*. Československý spisovatel Praha, 1981, S. 172. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Nové umění mělo být obráceno k budoucnosti a mělo vytvářet ‚předobrazy‘ nového života.*“

Jahr 1922 heißt es in der Einführung, die den Titel *Neue proletarische Kunst* (*Nové proletářské umění*) trägt, dass die neue Kunst keine individualistische, sondern eine kollektive und menschnahe sein sollte, eine klassenlose Kunst, in der die Interessen und der Geschmack des Massenpublikums im Vordergrund stünden; Unterhaltbarkeit und Verständlichkeit der Kunst sei ihr oberstes Kriterium. Das Programm erklärte es zum Ziel, dass die Kunst „aufhören wird, Kunst zu sein“⁶⁸². Diese neue Kunst galt als Produkt und Abbild der Großstadtkultur.

Im zweiten Almanach, der 1922 erschien, fand eine augenfällige Abkehr von der proletarischen Kunst statt. Diese Neuorientierung wurde 1923 durch die Ausstellung *Basar der modernen Künste* bekräftigt. Das Ziel dieser Ausstellung lag darin, die Auflösung der Grenzen zwischen Kunst und Leben zu demonstrieren.⁶⁸³

Die Programmatik von *Devětsil* führte schließlich zur Bildung eines rein tschechischen -ismus, „der nicht auf westeuropäische oder sowjetrussische Vorbilder reduzierbar ist“⁶⁸⁴. Es handelte sich dabei um den *Poetismus*, der die Programmatik von *Devětsil* für die Zeit von 1924 bis 1930 bestimmte. Den *Poetismus* gründeten um 1923 Vítězslav Nezval und Karel Teige in Prag als eine neue Literatur- und Kunstrichtung. Er zeichnete sich durch die freie Assoziation, spontane Phantasie und Eigenständigkeit des Kunstwerks aus. Teige charakterisierte ihn wie folgt:

„[...] ist die neue Kunst und das, was wir Poetismus nennen, die Kunst des Lebens, die Kunst zu leben und zu genießen, muß sie letztlich so selbstverständlich, entzückend und zugänglich sein wie Sport, Liebe, Wein und alle Delikatessen.“⁶⁸⁵

Sein Ziel war es „aus dem Leben ein großartiges Unterhaltungsunternehmen zu machen“⁶⁸⁶. Der *Poetismus* schöpfte seine Themen aus dem Alltag. Die technische Zivilisation, Großstadt, Reisen oder der Alltag der Menschen waren die gängigen Sujets. Teige behauptete, dass der Poetismus wahrscheinlich nur diejenigen ansprache, die aus der *Neuen Welt* stammten⁶⁸⁷, d. h. die Amerikaner. Davon, dass sich *Devětsil* zum kulturellen *Amerikanismus* bekannte, zeugt z. B. der folgende Text aus dem Revolutionssammelband der Gruppe:

„Wir kennen keine Müdigkeit, keine Symbolhaftigkeit, keine Mondsucht, keinen Expressionismus und wir bekennen uns zum künstlerischen ‚Amerikanismus‘, in seiner revolutionärsten Form, zu seiner Verne-Technik, zu Leblancs Genauigkeit und Logik, zu Twains

⁶⁸² Ebenda, S. 172. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „přestane být uměním“.

⁶⁸³ Illing, Frank: a. a. O., S. 72.

⁶⁸⁴ Ebenda.

⁶⁸⁵ Teige, Karel: *Poetismus – ein Manifest*. In: Chvalík, Květoslav (Hrsg.): a. a. O., S. 139.

⁶⁸⁶ Ebenda, S. 142.

⁶⁸⁷ Ebenda.

*guter Laune, zu seinen Dampfmaschinen auf den Strecken von Railways Canadian Pacific, zum drahtlosen Telefon, zum Flugverkehr, zum raschen Fortschritt, der fruchtbar ist in seinem Gedanken und seiner Tat, zur neuen befreiten Liebe von zwei armen Menschen, zur proletarischen Familie, die gesund und fruchtbar ist, willig, für den klassenlosen Arbeiterstaat zu arbeiten.*⁶⁸⁸

Das Kino, als *amerikanisches* Phänomen verstanden, galt als ideale demokratische Kunstform. Es wurde als *modernes Volkstheater* wahrgenommen, das von allen, „die weniger lesen, aber mehr leben“⁶⁸⁹, d. h. von Stenotypistinnen, Arbeitern, Beamten, Studenten u. a. freiwillig zur Unterhaltung und Bildung gewählt wurde. Die Mitglieder von *Devětsil* waren aber von allen Bestandteilen des *kulturellen Amerikanismus* begeistert.

„Zur Disposition stehen ihm [dem Amerikanismus] der Film (die neue Kinographie) und auch die Aviatik, das Radio, die technischen, optischen und akustischen Erfindungen (Optophonetik), der Sport, der Tanz, der Zirkus und die Music-Hall, die Orte tagtäglicher Erfindungen und ununterbrochener Improvisation. Er entspricht voll unserem Bedürfnis nach Unterhaltung und Aktivität.“⁶⁹⁰

7.6 Das Bild Prags in *Lidové noviny* von 1918 bis 1938

Prag als Hauptstadt der ČSR wurde zu dem urbanen Raum, in dem sich die geistige und wirtschaftliche *Modernisierung* bzw. *Amerikanisierung* manifestierte. Das Feuilleton, das als öffentlicher Ort fungierte, fing alle Aspekte dieses Prozesses in der Darstellung der Stadt ein. Prag ist damit ein eigenständiges Phänomen in der ČSR. Als Metropole wurde Prag gleichzeitig zum Bestandteil des europäischen urbanen Diskurses.

„Die Stadtmodernisierung ist eine gemeinsame Erfahrung der Bewohner europäischer Metropolen um 1900 – von Paris bis Wien. [...] Die großen Städte werden jetzt zu symbolischen Orten – des ‚Lebens‘ (wie München), der intensiven ‚Modernität‘ (wie Berlin), des phäakenhaften Genusses (wie die Kaiserstadt Wien), Stadt-Bilder, über die man diskutiert,

⁶⁸⁸ Černík, Artuš: *Radosti elektrického století*. In: Vlašínem, Štěpán (ed.): *Avantgarda známá a neznámá. Svazek I. Od proletářského umění k poetismu 1919 - 1924*. Svoboda Praha, 1971, S. 358. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Neznáme únavy, symboličnosti, náměsíčnosti, expresionismu a přiznáváme se k uměleckému ‚amerikanismu‘, v nejrevolučnější představě jeho, k jeho verneovské technice, leblancovské přesnosti a logice, k Twainovskému dobrému rozmaru, jeho parostrojům trati Railways Canadian Pacific, k bezdrátovému telefonu, vzdušné dopravě, k pokroku hbitému, plodnému v myšlence i činu, k nové osvobozené lásce dvou chudých lidí, k rodině proletářské, zdravé a plodné, pracovitě pro třídní dělnický stát.*“

⁶⁸⁹ Ebenda, S. 136.

⁶⁹⁰ Teige, Karel: a. a. O., S. 144.

die man je verschieden bewertet, die sich verändern können – und die verändert werden.“⁶⁹¹

Zwischen den Jahren 1890 und 1914 verzeichnete Prag dank der Industrialisierung einen rasanten Entwicklungsschub. Die Tschechen zählten zu den technologisch innovativsten europäischen Nationen. Die Elektrowirtschaft, der Bau von Motorrädern, Automobilen und Lokomotiven sowie Bemühungen um die Herstellung erster Flugzeuge belegen dies.

Während der Agrarabsatzkrise verstärkte sich ab 1870 die Zuwanderung der tschechischen Bevölkerung von ländlichen Gebieten nach Prag. Seit den 60er-Jahren des 19. Jahrhunderts wurde der Prager Stadtrat von der tschechischen Majorität bestimmt. In den 1880er-Jahren lebten bereits 81,5 % aller Tschechen in der Stadt⁶⁹². Infolge der Industrialisierung wuchs der Lebensstandard in der Metropole. Neue Vororte und Arbeitsbezirke entstanden, man baute die Infrastruktur aus, führte die Kanalisation und Straßenbeleuchtung ein, die Haushalte wurden mit Elektrizität und Gas versorgt. Auch das gesellschaftliche und kulturelle Leben entfaltete sich, gegründet wurden zahlreiche tschechische Bildungs-, Kunst- und Sportvereine. Prag zählte in der Mitte des 19. Jahrhunderts 157 000 Einwohner, vor 1914 bereits über 600 000⁶⁹³. In den 1920er-Jahren war es mit fast 670 000 Einwohnern die elftgrößte Stadt Europas. *„Die demographische Entwicklung der Stadt glich damit eher derjenigen der mitteleuropäischen Großstädte als der Städte der Habsburger Monarchie.“*⁶⁹⁴ Die *Urbanisierung* Prags ist nachweislich mit der von Berlin vergleichbar und deshalb besonders geeignet für eine gegenüberstellende Untersuchung im Hinblick auf die Auseinandersetzung mit dem *Modernisierungs-* bzw. *Amerikanisierungsprozess* in Mitteleuropa.

Aus der Feuilletonanalyse geht hervor, dass sich das *neue* Prag bei seiner *Modernisierung* und Neugestaltung in den 1920er-Jahren am Vorbild anderer europäischer Hauptstädte orientierte. Es ist verwunderlich, dass ihm dabei nicht Wien oder Budapest als Vorbild dienten, sondern Paris, London und mehr noch Berlin und New York. Dies lässt sich einerseits damit begründen, dass sich die junge Republik von den ehemaligen Monarchiemetropolen distanzieren und auf diese Weise das erworbene nationale Selbstbewusstsein demonstrieren wollte. Prag war bemüht, sich als explizit junge Hauptstadt der neuen Republik nach innen wie nach außen zu etab-

⁶⁹¹ Schmitz, Walter von; Udolph, Ludger (Hrsg.): a. a. O., S. 165.

⁶⁹² Ebenda, S. 83.

⁶⁹³ Ebenda, S. 22.

⁶⁹⁴ Ebenda, S. 83.

lieren. Diesen Prozess beförderte auch eine konzentrierte Stadtvermarktung. Ähnlich wie es die *Berolina* im Falle Berlins tat, wurde Prag mit einer gezielten Kampagne der Fremdenverkehrsbranche, geleitet durch die staatliche Tourismusagentur *Čedok*⁶⁹⁵, sowie von der Werbung im Allgemeinen als moderne Großstadt propagiert. Darüber hinaus war die *Urbanisierung* Prags auch in ihrer Dynamik mit jener von Berlin vergleichbar. Weil man in Prag mit ähnlichen Vor- und Nachteilen der Stadtentwicklung zurechtkommen musste, hielt man sich an die modernste europäische Großstadt, die als Vorbild dienen konnte: an Berlin.

7.6.1 Architektur der klaren Linien

Aus meiner Untersuchung des tschechischen Feuilletons geht hervor, dass man sich in den 1920er-Jahren intensiv mit der *Modernisierung* Prags auseinandersetzte, die den neuen Charakter der Stadt widerspiegeln sollte. Zunächst möchte ich am Beispiel der Prager Avantgarde zeigen, wie eng die Debatte über die Prager Stadtmodernisierung mit dem europäischen *Modernisierungsdiskurs* verflochten war.

1926 gründete *Devětsil* auch einen eigenständigen Unterverband, den *ARDEV* (*Architektura des Devětsils*), der die Zeitschrift *Stavba* (*Bau*) herausgab. Konstruktivismus und Funktionalismus bestimmten den Stil von *ARDEV*. Als Vorbilder diente die sowjetische, aber auch die französische Avantgarde, letztere vor allem vertreten durch Le Corbusier. Im Vordergrund der modernen Architektur stand, ähnlich wie in Deutschland, deren gesellschaftliche Funktion: Es ging um soziale Aspekte und die Zweckmäßigkeit der Gebäude.⁶⁹⁶

„Zur Intensivierung der Kontakte mit der deutschen Avantgarde trug insbesondere das Bauhaus bei, an dem mehrere Tschechen und Slowaken studierten.“⁶⁹⁷ Der Einfluss des *Bauhauses* in der tschechischen und slowakischen Kunst war vielseitig und äußerte sich vor allem in der Architektur und in der Fotografie. Der erste Tscheche, der in den 1920er-Jahren am *Bauhaus* studierte, war Jindřich Koch, der sich der Werbefotografie widmete. Zu weiteren Absolventen des *Bauhauses* gehörten beispielsweise der Architekt, Grafiker, Bühnenbildner und Fotograf Zdeněk

⁶⁹⁵ Md: *Cizincem v Praze*. In: *LN*, 19.8.1928, MA. In diesem Feuilleton wird der Besuch von Touristen in Prag beschrieben, die durch die Tourismusagentur *Čedok* durch die Stadt geführt werden.

⁶⁹⁶ Illing, Frank: a. a. O., S. 63 - 97.

⁶⁹⁷ Bigus, Vladimír: *Tschechische Avantgarde – Fotografie 1918 - 1948*. Arnoldsche Stuttgart, 1999, S. 15.

Rossmann, seine Frau, die Fotografin Marie Rossmannová, sowie die slowakische Fotografin Irena Blühová, die später eine entscheidende Rolle bei der Entwicklung der sozialen Fotografie spielte.

Den engen Kontakt zum *Bauhaus* bezeugen auch zahlreiche Vorlesungen über Architektur, die dessen Architekten Mies van der Rohe, Walter Gropius, Hannes Meyer und Marcel Breuer in der ČSR hielten. Auf Einladung von *Devětsil* hielt László Moholy-Nagy in Brünn Vorträge über Malerei, Fotografie und Film. Karel Teige, die führende Persönlichkeit von *Devětsil*, wurde wiederum vom damaligen Bauhausdirektor Hannes Meyer zu einem Vortragszyklus über die Soziologie von Architektur, Typografie und Ästhetik nach Deutschland eingeladen.⁶⁹⁸ Ferner ließen sich z. B. die tschechischen Fotografen Ladislav Emil Berka, Alexander Hackenschmied und Jiří Lehovec von der Ausstellung *Film und Foto* 1929 in Stuttgart inspirieren. 1933 emigrierte der Fotograf John Heartfield nach Prag, wo er eng mit tschechischen Künstlern zusammenarbeitete und seine besten Werke schuf.

Das Bauhaus diente auch außerhalb Prags als Inspiration. „*Das anregende Beispiel der Unterrichtskonzeption des Bauhauses wirkte sich am stärksten in der Kunstgewerbeschule von Bratislava und Brünn aus.*“⁶⁹⁹ Zu den Lehrern an jener Kunstgewerbeschule in Bratislava, die den Ruf der liberalsten Lehranstalt genoss, gehörten Jaromír Funke und Zdeněk Rossmann. Funke, der dort von 1932 bis 1938 als Pädagoge tätig war, unterrichtete anschließend bis 1943 in Brünn.

Die tschechische Avantgarde ließ sich – neben der französischen und der deutschen – auch von der russischen Avantgarde inspirieren. Die sowjetischen Konstruktivisten, allen voran Alexander Rodtschenko, hatten großen Einfluss auf die tschechische Avantgarde und führten gleichzeitig zu einer Idealisierung der Sowjetunion. Obwohl sich die russische Avantgarde in weitaus geringerem Maße in Ausstellungen präsentierte (wie z. B. 1936 in der Galerie Mánes in Prag), wurde sie mit Interesse verfolgt.

7.6.2 Das große Bauen: Das *alte* und das *neue* Prag

Die Intensität, mit der sich das Feuilleton von *Lidové noviny* mit der modernen Stadtgestaltung Prags auseinandersetzte, bezeugt die Bedeutung, die diesem Prozess zugeschrieben wurde. Obwohl die *Modernisierung* der Stadt bereits um 1900

⁶⁹⁸ Ebenda, S. 16.

⁶⁹⁹ Ebenda.

begann, brach in den 1920ern, als sich Prag langsam als Hauptstadt etablierte, ein Bauboom⁷⁰⁰ aus, der sich dem Betrachter in erster Linie als Abriss alter Gebäude zeigte, wie 1928 geschildert wurde:

*„Das alte Prag sieht jetzt aus wie nach einem Erdbeben. Es gibt langsam keine Straße, wo nicht etwas abgerissen worden wäre, womit ich gleichzeitig sagen will, dass es langsam keine Straße gibt, wo nichts gebaut worden wäre. Denn das Abreißen und Bauen sind in Prag gleichbedeutende Begriffe. Das Abreißen wurde sogar zu einem Handelsartikel. Sie können häufig an den alten Prager Häusern lesen, dass der Grund für das Abreißen ein großes Sonderangebot ist. [...] Das Abreißen, scheint es, gehört heute zur großstädtischen Art Prags. Noch nie wurde in Prag so viel abgerissen und gebaut.“*⁷⁰¹

Das Abreißen rief Befürchtungen hervor, dass das *alte* Prag gänzlich verschwinden und von einem *neuen* Prag ersetzt werden würde. Dies lag auch daran, dass die Veränderung des Stadtbildes für viele gewöhnungsbedürftig war. Es hieß: *„So schwindet Tag für Tag das alte, faltige Gesicht Prags, das durch etwas höchst jugendliches, funktionales, glattes und von Grund auf Neues ersetzt wird.“*⁷⁰² Es wird deutlich, dass die modernen Phänomene, die für das *neue* Prag charakteristisch waren, die gleichen waren wie in Berlin. Auch das zeigt, dass die *Urbanisierung* Prags nach einem ähnlichen Muster verlief.

*„Dahin schwindet die barocke alte Welt, dahin die Poetik und die Poetik die Idylle des Empires. Automaten, neue Ämter, Dancings, Kinos, Kaffeehäuser, Bars und Warenhäuser siegen über die Gaststätten, Tanzstuben, echte Bierbrauereien, Chantants, Wurststände in den Passagen und Viertelstundenhotels.“*⁷⁰³

Amerika galt auch beim Bauen als Vorbild. Vor allem das Tempo, das als typisch für die *amerikanische* Lebensweise galt, faszinierte die Zeitgenossen.⁷⁰⁴ Dass in

⁷⁰⁰ Kollenau-Cassius, Jaroslav: *Revolverový žurnalista*. In: LN, 15.5.1925, MA. In diesem Zusammenhang wurde häufig die „mörderische“ / „vražední“ Stadtplanung kritisiert, die den Abriss der Altstadt vorsah, aber auch eine Erweiterung der neuen Senkgruben-Kanalisation, welche „Pest und Verderben unter der Bevölkerung verbreite“ / „která rozsévá mor a zhoudbu mezi obyvatelstvem“.

⁷⁰¹ Krofta, V. Karel: *Loučení se starou Prahou*. In: LN, 23.5.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Stará Praha vypadá nyní jako po zemětřesení. Není pomalu ulice, kde by se nebouralo, čímž chci zároveň říci, že není pomalu ulice v níž by se nestavělo. Neboť bourání a stavění jsou v Praze výrazy souznačné. Bourání stalo se dokonce i artiklem obchodním. Co chvíli dočtete se na starých domech pražských, že za příčinou bourání je veliká sleva. [...] Bouračky, zdá se patří dnes k velkoměstskému rázu Prahy. Jaktěživě se tolik v Praze nebouralo a nestavělo.“

⁷⁰² Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Tak mizí den za dnem stará, vrásčitá tvář Prahy, nahrazována něčím krajně mladistvým, účelným, hladkým a zbrusu novým.“

⁷⁰³ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Tatam je starosvětskost barokní, tatam poetičnost a selanka empírová. Automaty, nové úřady, dancingy, biografy, kavárny, bary a obchodní domy vítězí nad zájezdními hostinci, dupárnami, pravovářnými pivovary, chantány, párkařskými stánky v průjezdech a hotely čtvrthodinkovými.“

⁷⁰⁴ Vgl. Šlechta, Emanuel: *Rychlost amerického života*. In: LN, 22.7.1924, NA.

Lidové noviny häufig über das *amerikanische* Bauen in den USA berichtet wurde, hängt sicher damit zusammen, dass ein äußerst produktiver Berichterstatte aus Amerika, Berty Ženatý, selbst Bauingenieur war. Ženatý beschrieb die *US-amerikanische* Baukultur und verglich sie mit jener in der Tschechoslowakei. Dabei versuchte er, das weit verbreitete Vorurteil zu beseitigen, dass schnelles Bauen nur als „*Pfusch*“ möglich sei. Er bemühte sich zu zeigen, dass die Amerikaner keine Stümper seien, sondern gründliche Vorarbeit leisteten und monatelang im Voraus planten, weshalb es ihnen möglich sei, schnell und günstig zu bauen. Er behauptete, dass die Amerikaner keine „*Übermenschen*“ seien, die „*sich zu Tode hetzten*“, und dass das „*wahnsinnige Tempo*“ die Qualität der Architektur nicht beeinträchtigte.⁷⁰⁵ Aufschlussreich ist, dass er das US-amerikanische Bauen als „*eine Art Symphonie*“ bezeichnete, die Baukultur in der ČSR hingegen als „*eine bauliche Jazzband*“⁷⁰⁶. Dieser Vergleich ist deshalb auffällig, weil er zur Charakterisierung der Harmonie eines *amerikanischen* Phänomens auf einen Begriff der klassischen Musik verwendet, der dezidiert auf die traditionelle europäische Hochkultur verweist, als Metapher für das Chaos im tschechischen Bauen hingegen dient ihm der explizit *amerikanische* Jazz. In Ženatýs Vergleichen schnitt die *tschechische* Bauweise meist schlechter ab, dennoch gab es auch einige Beispiele, die seine Zustimmung fanden. So würdigte er im Falle des neuesten Prager Viertels Barandov (das später Sitz der Prager Filmstudios wurde), die „*amerikanische Art*“, was heißt, dass zuerst mit dem Straßenbau und Legen einer Wasserleitung begonnen wurde.⁷⁰⁷ Bei Ženatý bedeutet *amerikanisch* also nicht nur schnell, sondern vor allem professionell.

7.6.3 Die „*ideale kleine Großstadt*“

Der zweite Aspekt des Diskurses um die Stadtmodernisierung betraf den geeigneten Charakter des *neuen* Prags. Prag war die elftgrößte Stadt Europas, doch war es auch eine Großstadt? Das war die Frage, die die Einheimischen beschäftigte. Der Anspruch, Großstadt zu sein, zeichnet sich im Feuilleton deutlich ab.

⁷⁰⁵ Ženatý, Berty: *Rychlost nejsou žádné čáry*. In: *LN*, 1.1.1933, MA. Zum Thema Bauen vgl. auch: Ženatý, Berty: *I rodinné domky na běžícím pásu?* In: *LN*, 16.2.1933, MA. Und: Ženatý, Berty: *Ocelové rodinné domky*. In: *LN*, 28.1.1928, NA.

⁷⁰⁶ Ženatý, Berty: *Poříčská katastrofa číslo 2*. In: *LN*, 17.11.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Celá stavba je jakási symfonie.*“ und „*[...]a místo ladné symfonie z toho vychází stavitelský jazzband.*“

⁷⁰⁷ Anonym: *Barandov*. In: *LN*, 17.11.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Vzali to tu do ruky opravdu po americku: začali se silnicí a s vodou.*“

1924 schmunzelte Karel Čapek in seinem Text mit dem programmatischen Titel *Für ein kleines Prag*⁷⁰⁸ über die überzogene Selbstwahrnehmung der Prager, die in ihrer Stadt eine Metropole sahen:

*„Wir Prager sehen das großstädtische Treiben überall, es genügt, wenn wir irgendwo eine schlechte Kreuzung sehen, wir freuen uns über die ‚großstädtischen Paläste‘, wo nur ein unnützerweise kompliziert gebautes Haus steht, wir freuen uns kurz über alles, was nur ein wenig an eine ‚Großstadt‘ erinnert [...]. ‚Jetzt sind wir eine Großstadt‘, flüstern wir begeistert.“*⁷⁰⁹

Gleichzeitig verglich er Prag selbst mit anderen europäischen Großstädten, die eine halbe Million Einwohner besaßen. Dabei stellte er fest, dass Prag vor allem in den Bereichen Infrastruktur, Wohnungssituation sowie technische Ausstattung hinterherhinkte. Er verglich die Entwicklung Prags sogar mit dem Wachstum und den Lebensumständen in New York und London. Er schilderte auch weitere Probleme, mit denen andere Großstädte zu kämpfen hatten, z. B. Übervölkerung und damit zusammenhängende Phänomene wie Stress oder Verkehrsprobleme. In diesem Kontext stellte er zwei grundsätzliche Fragen: einerseits, ob das Ideal der *„quantitativen ‚Großstadt‘ gesund und vernünftig und überhaupt modern sei“*⁷¹⁰, andererseits, ob diese Form für Prager Verhältnisse tatsächlich ein *„wünschenswertes“* Ideal sei. Er sprach sich für das Wachstum der Stadt aus, hielt es aber für notwendig, dass es sich dabei um einen gut geplanten und fachmännisch durchgeführten Prozess handeln sollte: *“[...] wir sind froh, dass Prag wächst, aber bedenklich ist, dass es schneller wächst, als es sich technisch vervollkommen kann.“*⁷¹¹ Schließlich plädierte er für ein gemäßigtes Wachstum Prags, damit es *eine „ideale kleine Großstadt“*⁷¹² werden könne.

Vier Jahre später kehrte Čapek zu diesem Thema zurück. Er sprach sich erneut für die Erhaltung des *alten* Prags aus, doch betonte er gleichzeitig, wie notwendig die *Urbanisierung* des *neuen* Prags sei. Als Vorbilder für Prags *Modernisierung* dienten ihm Berlin, Paris und London, die er als moderne Großstädte verstand, welche den

⁷⁰⁸ Čapek, Karel: *Za malou Prahu*. In: LN, 5.11.1924, MA.

⁷⁰⁹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„[...] ,my Pražáci příliš rádi vidíme velkoměstský ruch tam, kde je jen špatná komunikační křižovatka, těšíme se z ‚velkoměstských paláců‘, kde je postavený jenom nějaký zbytečně náročný dům, a zkrátka radujeme se ze všeho, co trochu připomíná ‚velkoměsto‘, [...] ‚Nyní jsme velkoměsto‘, šeptáme si nadšeně. [...]“*

⁷¹⁰ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„[...] kvantitativního ‚velkoměsta‘ zdravý a rozumný a je-li vůbec moderní [...]“*.

⁷¹¹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„[...] jsme rádi, že Praha roste, ale povážlivé je, že rychleji roste, než se technicky zdokonaluje“*.

⁷¹² Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Dokonalým malým velkoměstem“*.

Ansprüchen an eine zeitgemäße Lebensführung entsprächen. Er verlangte deshalb einer Stadterweiterung nach dem Vorbild dieser Großstädte, indem beispielsweise Dienstleistungs- und Kultureinrichtungen auch in Wohngegenden und Randgebieten konzentriert werden sollten, nicht nur im Stadtzentrum.

*„Eine ganz andere Tatsache ist, dass die moderne Stadt atmen muss, Platz haben muss für die Frequenz, einkaufen und verkaufen muss; die Maße des Alten Prags sind nicht mehr ausreichend für diese notwendigen Bedürfnisse der Lebensführung. [...] Unsere Prager Grimmigkeit und Lästerei rührt wahrscheinlich meist daher, dass unser Gang durch die Straßen eine wenig anmutige Ellbogenschlacht unter den Fußgängern ist. Also Platz für Bewegung! Platz für Licht und Luft! [...] Die Stadt muss dem heutigen Leben dienen.“*⁷¹³

Čapek stellt Prag in seinen Feuilletons als eine Stadt im Umbruch dar, die versuchen sollte, ihr *altes* Gesicht zu wahren und gleichzeitig ein *neues* zu schaffen. Dabei ging es aber um deutlich mehr als nur um die Suche nach neuen Formen, gemeint war eine Suche nach neuer Identität in einem neuen gesellschaftlichen Rahmen.

7.7 Urbanisierung nach Berliner und New Yorker Muster am Beispiel des Großstadtverkehrs

Die *Urbanisierung* stellte Prag vor vielerlei Herausforderungen, was insbesondere am *Verkehrsdiskurs* beobachtet werden kann. Das günstigste und bequemste öffentliche Verkehrsmittel in Prag war die Straßenbahn. Ihre Vorzüge hob der bedeutende Feuilletonist Eduard Bass hervor, als er sie – im Vergleich zum Bus – als zuverlässiges und kostengünstiges Transportmittel beschrieb. Anlass für diesen Vergleich gab die allgemein kritische Haltung gegenüber der ersten Prager Buslinie, die entlang der Straßenbahnroute fuhr und somit ineffizient war. Bass schreibt:

*„Der Prager Straßenbahn gelang es mühelos, ihre Vorherrschaft zu verteidigen. Auf einmal wird man sich dessen bewusst, dass sie überall hinfährt, und weil man jetzt mit ihr auch gemütlich fahren kann, sind diejenigen, die sich die Fahrt leisten können, ziemlich zufrieden.“*⁷¹⁴

⁷¹³ Čapek, Karel: *Za starou Prahou*. In: *LN*, 8.12.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Docela jiná je skutečnost, že moderní město musí dýchat, musí mít místo pro frekvenci, musí kupovat a prodávat; a rozměry Staré Prahy nestačí na tyto velmi naléhavé potřeby životního provozu. [...] Mnoho našeho pražského mrzoutství a reptáctví pochází patrně z toho, že naše chůze po ulicích je neladná strkanice mezi lokty chodců. Tedy místo pro pohyb! Místo pro světlo a vzduch! [...] Město musí sloužit dnešnímu životu [...].*“

⁷¹⁴ Bass, Eduard: *Praha se plní*. In: *LN*, 18.8.1920, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Pražská tramvaj uhájila lehce svůj primát. Najednou se vidí, že jezdí vlastně všude a protože se v ní teď jezdí i pohodlně, jsou ti, kteří na ni mají zcela spokojeni.*“

Ein weiterer namhafter Feuilletonist, Karel Poláček, schildert in seinem ironisch angehauchten Text typische Alltagszenen, die sich in der Straßenbahn abspielten. Dabei unterteilt er die Fahrgäste – in Abhängigkeit von ihrer Lektüre – spöttisch in zwei Klassen: die Intellektuellen und das Proletariat.

*„Haben Sie bemerkt, dass die Straßenbahn eigentlich zwei Klassen hat? In der ersten Klasse sitzen die Intelligenten, die die Abendzeitungen, Westernbücher und Frauenzeitschriften lesen. Die zweite Klasse ist der Schlepper, dort ist Platz fürs Proletariat.“*⁷¹⁵

Danach beschreibt er auf überzogene Weise alltägliche Szenen während der Straßenbahnfahrt, die sich im Prinzip in jeder beliebigen europäischen Großstadt hätten abspielen können. Im Verhalten der Fahrgäste spiegelt sich das typische Benehmen der Großstädter, sie waren gereizt und ungeduldig. Der öffentliche Straßenbahnwagen verdichtete sich zu einem Kommunikationsort, in dem besondere Regeln herrschten – allerdings solche, die jedermann ermöglichten, Druck abzulassen.

*„Der Anblick der Straßenbahn ruft bei den meisten Fahrgästen einen Zustand der Erregung hervor, der oftmals sogar zur Raserei wird. Die Straßenbahn ist der Ort für unendliche Streitereien und ärgerliche Diskussionen. Das letzte Wort hat derjenige, der aussteigt. Gegenstand der verleumderischen Auseinandersetzungen ist in erster Linie der Zug, dann der Schaffner und schließlich die Verkehrspläne im Allgemeinen.“*⁷¹⁶

Die Straßenbahnfahrt war Bestandteil und gleichzeitig Ausdruck des *modernen* Lebensstils. Bei der modernen Verkehrsregelung dienten andere Metropolen der Stadt Prag als Vorbild, in erster Linie Berlin und New York. Das verdeutlicht das folgende Zitat aus dem Jahr 1928, in dem der Prager Verkehr kritisch bewertet und einem Vergleich mit Berlin, London und New York unterzogen wird. Als Bezugsgröße dient dabei der Straßenbahnfahrplan:

„Wenn die Tüchtigkeit und der Charakter eines Volkes daran beurteilt werden sollte, wie schnell der New Yorker nach dem Dollar, der Londoner nach dem Pfund, der Berliner nach der Mark und der Prager nach der Krone jagt, hätten wir den Ruf des faulsten und langsamsten Volkes. Aber hier müssen wir die Prager verteidigen, denn in Wirklichkeit jagen auch sie der Krone nach, aber es nützt ihnen nichts, denn um sie daran zu hindern, denkt

⁷¹⁵ Poláček, Karel: *Život v dopravních prostředcích*. In: LN, 25.8.1936, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Všimli jste si, že tramvaj má vlastně dvě třídy? V první třídě sedí inteligenti, kteří čtou večerníky, cowboyky a ženské časopisy. Druhá třída je vlečňák a tam je místo pro proletariát.“

⁷¹⁶ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Pohled na vůz elektrické dráhy vzbuzuje u většiny cestujících stav podráždění, ba mnohdy zuřivost. Električka je místo pro nekonečné hádky a vzteklé diskuze. Poslední slovo má ten, kdo vystupuje. Předmětem zloajných rozborů je v první řadě průvan, pak průvodčí a nakonec veřejné pořádky vůbec.“

*man sich besonders raffinierte Maßnahmen aus. Eine der Maßnahmen ist der Fahrplan der Prager Straßenbahnen.*⁷¹⁷

Wichtig ist hierbei nicht der Umstand, welche Defizite die Prager Verkehrsplanung aufwies; von Bedeutung ist vielmehr, dass diese, wenn auch negative, Kritik die Selbstwahrnehmung Prags als einer modernen Metropole der 20er Jahre stärkte.

Das Automobil als Symbol der modernen Großstadt

In der Tschechoslowakei war man der gleichen Ansicht wie in Deutschland: der eigene Wagen war purer Luxus und somit ein Statussymbol. Die ersten Automobile fuhren auf den Straßen Prags bereits um 1895, und in den 1920er-Jahren erhöhte sich ihre Anzahl um ein Vielfaches, was den Stadtverkehr allmählich kompliziert werden ließ und neue Formen der Verkehrsregelung notwendig machte. Dass auch dabei Berlin als Vorbild galt, veranschaulicht das folgende Zitat:

*„Wie ungemein gut und nützlich wäre es, wenn wir auf den am meisten befahrenen Kreuzungen automatische Ampeln sehen würden, die den Verkehr regeln, wie es beispielsweise in Berlin der Fall ist. Als einziges Exemplar dieser Art muss in Prag ein besonderer Schutzmann bedienen.“*⁷¹⁸

1920 werden in *Lidové noviny* die Anfangsschwierigkeiten, mit denen der Prager Autoverkehr zu kämpfen hatte, auf humorvolle Art unter die Lupe genommen. Das Automobil wird hier als etwas für die Straßen der Stadt Ungewohntes dargestellt und mit einem gefährlichen Tier verglichen, das gezähmt werden müsse, damit es sich benehmen könne.

„Das Prager Auto, das heutzutage auf den Prager Straßen verkehrt, ist kein Prager Auto, es hat sich sozusagen noch nicht seiner Umgebung angepasst, es lebt auf jeden Fall über

⁷¹⁷ Ivanhen: *Zrychluje se doprava*. In: *LN*, 25.11.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Kdyby se posuzovala zdatnost a povaha národů podle toho, jak spěchá za dolarem Newyorčan, za librou Londýňan, markou Berliňák a za kačkou Pražan, měli bychom patrně povést nejlínějšího a nejpomalejšího národa. Ale tu se musíme zastat Pražanů, protože oni ve skutečnosti za tou kačkou spěchají, ale není jim to nic platné, protože proti jejich snaze se vymýšlejí nejrafinovanější opatření. Jedním z nich je jízdní řád pražských tramvají.“*

⁷¹⁸ Kvíz, Dalibor: *Praha v noci*. In: *LN*, 12.12.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„[...] jak by bylo nesmírně dobré a užitečné, kdybychom viděli na nejfrekventovanějších křižovatkách automatické světelné signály, řídící dopravu, jak te to na příklad v Berlíně. Jediný exemplář tohoto zařízení v Praze musí sice obsluhovat zvláštní strážník [...]“*

*seine Verhältnisse, es handelt sich dabei nicht um ein nützliches Haustier, es ist eher etwas Wildes wie ein Hengst, der, wie mir scheint, unbedingt kastriert werden müsste.*⁷¹⁹

Der Autor charakterisiert die verschiedenen Autotypen ironisch als „*Tiere unterschiedlicher Art*“, die sich nicht danach richten, wo sie fahren, sondern wen sie fahren. Das Automobil dient eher der Selbstdarstellung desjenigen, der sich ein solches Fahrzeug leisten kann und ist deshalb mehr als ein Beförderungsmittel.

Bemerkenswert ist hierbei ein Vergleich mit den USA; im Text wird die Geschichte eines Amerikaners geschildert, dem man vorwirft, er führe zu viel Auto, worauf er entgegnet, dass er nicht reich genug sei, um zu Fuß zu gehen. Im Gegensatz dazu – so der Autor – gäbe es in Prag viele Reiche, die es sich leisten könnten, ausschließlich Auto zu fahren. Der Autor versteht das Auto deshalb in erster Linie als „*Mittel, das Würde verleiht*“, und nicht als ein Verkehrsmittel. Dementsprechend konstatiert er trocken: „*Mit dem Prager Auto spart man keine Zeit, sondern vertut sie.*“⁷²⁰ Der Verkehr, insbesondere ein hohes Verkehrsaufkommen, wie es im Berlin der 1920er bereits üblich war, bestimmte den Großstadtcharakter. Somit ist es verständlich, dass auch Prag sich daran maß.

*„Wenn die Autos durch Prag wie einfache Beförderungsmittel führen, verschwänden zwei Drittel von den Prager Straßen – und Prag erweckte nicht mehr den Anschein einer Großstadt, und viele Prager Bewohner verlören an Würde und Wichtigkeit.“*⁷²¹

Da das Automobil Symbol für die Modernität einer Großstadt war und Prag sich als eine solche verstand, war es zwangsläufig, dass man sich mit anderen Großstädten verglich.

Die Verkehrssicherheit war ein weiterer Aspekt, der im Zusammenhang mit der Verkehrsregelung thematisiert wurde. So erschien 1928 in *Lidové noviny* ein Feuilleton,

⁷¹⁹ Skácelík, F.: *Pražská auta*. In: *LN*, 21.7.1920, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „[...] ale pražské auto, které dnes běhá po pražských ulicích, není pražským autem, nezarostlo jaksi do svého okolí, žije si rozhodně nad poměry, není to umoudřené, užitečné domácí zvíře, je to cosi divokého jako hřebec, a zdá se mne pořád, že musí rozhodně prodělat jakýsi způsob kleštění.“

⁷²⁰ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Kterému Američanu vyčítali, že jezdí tuze mnoho autem a on jim odpověděl: ještě nejsem tak bohat, abych mohl chodit pěšky. My jsme rozhodně dál: u nás už je tolik boháčů, aby mohli jezdit jen v autu. Dle toho se taky auto v pražských ulicích chová. Kdysi se lidé domnívali, že hlavním prostředkem k důstojnosti je umět hrát na klavír. Nyní jsme přesvědčeni, že hlavním prostředkem k důstojnosti je auto. [...] Auto pražské není zatím pracovním nástrojem. Žijeme ještě ve vsi, kam přivezli první auto – každý se musí aspoň svézt. [...] Pražským autem se nešetří čas, nýbrž zabíjí čas.“

⁷²¹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Kdyby jezdila po Praze jen jako obyčejný dopravní prostředek, zmizelo by jich z pražských ulic dvě třetiny – a Praha by nedělala dojem velkoměsta, a mnoho pražských lidí by ztratilo svou důstojnost a důležitost.“

in dem die Auswirkungen der Verkehrssituation in Prag und vor allem die Gefahren für Fußgänger kritisiert wird. Auch hierbei werden Verkehrslage und -regelung der Stadt im europäischen Kontext verglichen, in diesem Fall mit der Situation in Paris, Wien, Belgien und Holland. Beklagt wird die hohe Zahl von Unfällen mit Fußgängern, welche die mangelnde Disziplin der Autofahrer, aber auch eine fehlende Verkehrsregelung verursachten.

„Die Leichtsinnigkeit unserer Autofahrer, die in der Stadt mit einer Geschwindigkeit fahren, die anderswo nur auf den Autobahnen erlaubt ist. [...] Die verwunderliche Tatsache, dass es in Prag bis jetzt keine Verkehrspolizisten gibt, die über die Sicherheit der Fußgänger wachen würden. [...] Die Fußgänger wurden in der Hauptstadt unserer demokratischen Republik lange als lästige Verkehrsbehinderung betrachtet.“⁷²²

Auch Amerika diene bei diesem Thema einmal mehr als Vorbild. Berty Ženatý setzt sich 1928 in einem Text mit der Verkehrssicherheit in der ČSR auseinander – und wertet sie als katastrophal. Dabei verweist er im aufklärerischen Sinne auf die USA:

„Wenn man in Amerika so führe, wie in der Republik, die sich Tschechoslowakei nennt, dann gelänge es den Kehrern nicht, die Leichenpyramiden wegzuräumen. Wenn die fünfundzwanzigeinhalb Millionen Autos, die es in Amerika heute gibt, auf den Straßen in so einem Wahnsinnstempo führen und das vorführen, wie wir das um uns herum sehen, dann wären die Zahlen der Toten und Verletzten durch Autos acht- oder zehnmal so groß wie jetzt.“⁷²³

Eine mögliche Lösung sah Ženatý in einer breit angelegten Informationskampagne, die in den USA von den dort üblichen Autoklubs vorgenommen wurde und für eine Verkehrserziehung der Fahrer sorgte.

„Von dem Verhalten auf den Straßen, wie es den Amerikanern von amerikanischen Zeitungen und Autoklubs vermittelt wird, haben die Menschen hier noch keine Ahnung. [...] Die Autoklubs sollten ihren Mitgliedern Aufkleber nach amerikanischen Muster verkaufen: I drive sane, I drive safe. How about you?“⁷²⁴

⁷²² Scheinpflug, Karel: *Chair à canon*. In: LN, 31.7.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„[...] lehkomyšlnost některých našich automobilistů, kteří jezdí po městě rychlostí, jakou se inde smí řídit jen po silnicích. [...] přepodivný fakt, že Praha nemá dosud dopravní stráž, která by bděla nad bezpečností chodců. [...] Na chodce se v hlavním městě naší demokratické republiky dlouho pohlíželo jako na mrtvou překážku dopravního ruchu.“*

⁷²³ Ženatý, Berty: *Epištola ka automobilismu*. In: LN, 1.7.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Kdyby se v Americe jezdilo tak, jak se jezdí v té republice, zvaná Czechoslovakia pak by zametáči nestačili odklízet pyramidy mrtvol. Kdyby těch pětadvacet a půl milionu aut, která dnes Amerika má, mělo vyjet na silnice v tak bláznivém tempu a provádět po ulicích takové kejkle, jak je vidíme zde kolem sebe, byly by ztráty na autozabitých a autoraněných osm-nebo desetkrát větší, nežli doposud.“*

⁷²⁴ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„O silniční etiketě, tak jak ji vštěpují do lidí americké noviny a autokluby, zde lidé nemají dosud ani ponětí. [...] Autokluby by měly svým členům prodávat nálepky po způsobu americkém: I drive sane, I drive safe. How*

Im tschechischen Feuilleton wurde Prags Entwicklung zur modernen Großstadt beschrieben, was sich am auffälligsten am Bau- und Verkehrsdiskurs manifestierte. Die Weltstadt New York galt als die Stadt mit modernster Infrastruktur, die auch für Berlin eine Vorbildfunktion hatte. In Prag richtete man deshalb bei allen Fragen zur Urbanisierung das Augenmerk sowohl auf New York als auch auf Berlin.

7.7.1 Prag im Vergleich mit Berlin und New York

Charakteristisch für eine moderne Großstadt waren das rege Treiben auf den Straßen, der Verkehr, der Lärm und abends das grelle Licht der Reklametafeln. Wie am Beispiel Berlins dargestellt, war die Lichtreklame in Europa allerdings erst ab Ende der 1920er-Jahre eine gängige Erscheinung. Und es waren US-amerikanische Städte, die dafür als Vorbild dienten. Somit war auch in Prag, das im Begriff war, eine moderne Metropole zu werden, die Abendbeleuchtung ein wichtiges Thema, wie im folgenden Text aus dem Jahr 1928 zu sehen ist:

*„Unser Blick, der von der märchenhaften Beleuchtung anderer europäischer Städte verwöhnt ist, sucht vor allem die Lichtreklamen. Man sieht zwar die lobenswerten Bemühungen, auch Prag damit zu verschönern, doch man sieht gleich den grundlegenden Fehler in der Beleuchtung. [...] Die Überschriften und Reklamen, die in richtiger Höhe angebracht sind, können wir an den Fingern einer Hand aufzählen. [...] Die Überschriften sind vorwiegend unbeweglich und weiß.“*⁷²⁵

Zu sehen ist, dass sich Prag auch in diesem Bereich andere Städte, insbesondere Berlin, zum Vorbild nahm:

*„Es ist natürlich nicht möglich zu verlangen, dass die Beleuchtung auf demselben Niveau wie beispielsweise in Berlin ist [...]. [...] Es ist unbestritten, dass der spezifische Reiz einer Stadt am besten abends zur Geltung kommt, bei künstlicher Beleuchtung.“*⁷²⁶

Der Reiz der Großstadt lag für viele – neben den Arbeitsmöglichkeiten – insbesondere in der gebotenen Vielfalt an Unterhaltung. Das Nachtleben ist somit ein weiteres Kriterium, um etwas über den Großstadtcharakter einer Stadt zu erfahren. Prag war unbestreitbar eine moderne Metropole, aber dass hier dennoch Verbes-

about you?“ Vgl. auch: Šelepá, František: *Silnice, auta a šoféři*. In: *LN*, 26.6.1925, MA. Und: Ženatý, Bertý: *Napříč Moravou*. In: *LN*, 2.9.1928, MA.

⁷²⁵ Kvíz, Dalibor: *Praha v noci*. In: *LN*, 12.12.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Náš zrak, vyhýčkan pohádkovým osvětlením jiných evropských měst, hledá především světlené reklamy. Vidí sice chvályhodnou snahu i v tom skrášlit Prahu, vidí však hned zásadní chybu v osvětlení. [...] Nápis a reklamy, umístěné správně ve výši, můžeme na prstech počítat. [...] nápisy jsou velkou většinou nepohyblivé a bílé.“*

⁷²⁶ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Není ovšem možno žádati, aby osvětlení bylo na stejné úrovni jako třeba v Berlíně, [...] [...] není pochyby, že specifický půvab města právě nejlépe vynikne za večera, za umělého osvětlení.“*

serungsbedarf bestand, wussten die Einheimischen durchaus. Davon zeugt das folgende Zitat, das die Leere der abendlichen Straßen beklagt. Auch hierbei dienen Berlin und New York als Vergleichsgrößen, mit denen man sich zwar nicht messen konnte, aber von denen man lernen wollte, eine Großstadt zu sein:

„Der Mensch, der das Neue Prag bei Nacht sehen möchte, muss ungefähr um fünf Uhr nachmittags in die Straßen gehen. Denn in Prag gibt es nicht nur den Hradschin, die Turmuhr, nicht nur asphaltierte Straßen und das nachmittägliche Abendblatt, sondern auch die Besonderheit, dass sein Nachtleben von fünf Uhr nachmittags bis acht Uhr abends dauert. Dann zieht sich das Treiben in die Kinos, Theater, Kaffeehäuser und Dancings zurück, und der um neun Uhr abends über den Wenzelsplatz schreitende nächtliche Fußgänger hüllt sich melancholisch in seinem Mantel und sieht sich um, ob er auf dem verlassenem Fußweg noch einem weiteren einsamen Fußgänger begegnet.“⁷²⁷

Berlin streifte beim Streben nach dem *Weltstadtstatus* seine alte Identität als Reichshauptstadt ab und fügte sich scheinbar mühelos in seine neue Identität als *jüngste* und *modernste*, also als *amerikanischste* Großstadt Europas ein. Gerade diese fehlende Bindung an die Vergangenheit, diese *Geschichtslosigkeit*, die den US-amerikanischen Städten zugeschrieben wurde, ließ Berlin diesen ähnlich werden.

Mit Prag aber verhielt es sich anders: Das *alte* Prag verkörperte Geschichte und Tradition, mit denen man sich identifizierte, und auch das *neue* Prag war immer noch eng mit jener Geschichte und Tradition verbunden. Ein modernes Profil musste erst allmählich erschaffen werden. Das Feuilleton hält eben diesen Übergangsprozess fest:

„Der Verlust an historischer Substanz einerseits, das schnelle Wachstum von ausschließlich funktionalen Industrie- und Wohnbezirken andererseits, dies fordert – wiederum generell in Europa – zu Reflexion von Vergangenheit und Identität heraus, die in den ‚Stadt-Bildern‘ ihre Chiffre findet.“⁷²⁸

Die *Amerikanisierung*, in Europa wurde sie mit der *Modernisierung* gleichgesetzt. Sie fand ihren Ausdruck vorrangig in der *Urbanisierung*. New York galt als die modernste Stadt, als die *Weltstadt* schlechthin. Somit ist verständlich, dass sich alle Städte, die sich als modern verstanden oder als solche verstanden werden wollten, am Vorbild New Yorks nicht nur Berlin. So wie die Verbindung von Prag nach Ame-

⁷²⁷ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Člověk, který chce zastihnout Nové Prahy v noci, musí vyjít do ulic asi v pět odpoledne. Praha nemá totiž jen Hradčany, orloj, neasfaltované ulice a Polední večerní List, nýbrž i tu zvláštnost, že její noční život trvá od pěti odpoledne do osmi večer. Pak se ruch stáhne do biografů, divadel, kaváren a dancingů a pozdní noční chodec, kráčející v devět hodin po Václavském náměstí, halí se melancholicky v plášť a rozhlíží se, zda spatří na pustém chodníku ještě druhého osamělého chodce.“

⁷²⁸ Schmitz, Walter von, Udolph, Ludger (Hrsg.): a. a. O., S. 165.

rika auf der Landkarte über den Westen Europas führt, führte im tschechischen Feuilleton der Weg nach New York über Berlin, wie am Beispiel des Verkehrsdiskurses gezeigt wurde. Die Beispiele Berlin und Prag belegen, dass zwischen der *Urbanisierung* und *Amerikanisierung* in Europa eine Wechselbeziehung bestand. Beide Fälle eint, dass dabei von Kino und Presse, insbesondere vom Feuilleton, vermittelte Vorstellungen von Amerika und New York prägend waren, dass also eine Projektion zum Vorbild wurde, die schließlich weitere Projektionen hervorrief.

8 Die Darstellung der modernen Frau in der Frauenzeitschrift *Eva* und in der Zeitung *Lidové noviny* von 1918 bis 1938

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit den Darstellungen der modernen Frau in der Tschechoslowakei. Als Quelle dient dabei überwiegend die in Prag erschienene Zeitschrift *Eva*, die als einziges Frauen- und Gesellschaftsmagazin ähnliche Merkmale und ein vergleichbares Niveau wie die ausgewählten deutschen Zeitschriften aufweisen konnte und somit als repräsentative Zeitschrift zu bezeichnen ist.

Besondere Aufmerksamkeit wird in diesem Zusammenhang den Aspekten der *Urbanisierung* und Frauenemanzipation im Rahmen des *Modernisierungsprozesses* gewidmet. Gleichzeitig wird die Wandlung der Begriffe *feminin* und *maskulin* erörtert, die, wie aus der Untersuchung des deutschen Feuilletons hervorgeht, mit neuem Inhalt gefüllt wurden. Da der *Feminisierungsdiskurs* als Bestandteil der Debatte zur *Amerikanisierung* wahrgenommen wurde, wird gleichzeitig untersucht, inwiefern *die Amerikanerin* in der Tschechoslowakei die Vorstellung vom Begriff des *Modernen* prägte.

In den vorangegangenen Kapiteln wurde bereits ein Unterschied in der gesellschaftlichen Funktion der deutschen und der *tschechoslowakischen* Frau diagnostiziert. In Deutschland konzentrierten sich bürgerliche Frauenvereine, elementare Bürgerrechte zu erkämpfen, und der Mann war dabei ein Gegner, gegen den man sich durchsetzen musste. In der Tschechoslowakei hingegen ging es nach 1918 vorrangig um die Bildung einer gemeinsamen nationalen Identität; die Frauen beteiligten sich in Zusammenarbeit mit den Männern als ebenbürtige Partnerinnen aktiv an der Mitgestaltung der neuen tschechoslowakischen Gesellschaft.⁷²⁹ Der Mann war demzufolge kein Gegner. Jaroslava Pešková konstatiert: „*Die Emanzipation der Frau wurde bei uns als ein wichtiger Bestandteil der Suche nach der bürgerlichen und menschlichen Identität verstanden.*“⁷³⁰ Nur in Zusammenhang mit der Konstituierung der neuen tschechischen, später tschechoslowakischen Gesellschaft wurde der Begriff der *Nová žena* (*Neue Frau*) verwendet. Meine Untersuchung ergab zudem, dass vielmehr jener urbane Frauentypus, der in der Tschecho-

⁷²⁹ Ein Pendant wären in diesem Zusammenhang eher die proletarischen Frauenvereine in Deutschland, die dem Kampf gegen das kapitalistische System dienen sollten, für die Einführung einer neuen, gerechten Gesellschaft, in der Mann und Frau Seite an Seite stehen.

⁷³⁰ Pešková, Jaroslava: *Proč právě ženy?* In: Ledvinka, Václav; Pešek, Jiří: *Žena v dějinách Prahy*. Scriptorium Praha, 1996, S. 18. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Emancipace ženy byla u nás chápána jako důležitá složka hledání identity občanské i lidské.*“

slowakei als *Moderní žena* (*Moderne Frau*) oder als *Dnešní žena* (*Heutige Frau*) bezeichnet wurde, mit der deutschen *Neuen Frau* identisch war.

Im weiteren Verlauf des Kapitels wird darüber hinaus das Bild *der Amerikanerin* in der ČSR analysiert, das mit entsprechenden Darstellungen im deutschen Feuilleton verglichen werden soll. Da Frauen in den USA als völlig emanzipiert galten und ihre gesellschaftliche Vormachtstellung als unangefochten, wurden sie einerseits als Ideal der Emanzipation, andererseits aber gerade deswegen als Gefahr für die deutsche Kultur und Gesellschaft betrachtet. Im tschechischen Feuilleton dagegen wurden Amerikanerinnen fast ausschließlich als Emanzipationsvorbilder dargestellt. Hier gab es keine derart starken Abwehrreaktionen gegenüber dem vermeintlichen Kulturfeminismus. Vielmehr hatte die starke Präsenz von Frauen innerhalb der US-amerikanischen Gesellschaft in der ČSR eine Vorbildfunktion.

Abschließend wird das Bild der Europäerin um die Wahrnehmung der Deutschen und der Sowjetrussin im tschechischen Feuilleton ergänzt. Die Analyse wird zeigen, dass der *Modernisierungsprozess* zur Änderung des traditionellen Rollenbildes von Mann und Frau beigetragen hat. In der Zwischenkriegszeit waren auf der Alltagsebene nicht mehr Männer Träger des Fortschritts, sondern Frauen.

Dennoch stellte sich heraus, dass die Darstellungen der modernen deutschen und tschechoslowakischen Frau im Feuilleton nahezu identisch sind. Bestätigt wird auch meine Hypothese, dass *die Amerikanerin* in beiden Ländern als Ideal der Emanzipation galt.

Forschungsstand

Die Frauenforschung fand in der Tschechoslowakischen Sozialistischen Republik unter anderen Aspekten statt, als sie in der westeuropäischen Genderforschung üblich waren. Erst in den 1990er-Jahren – infolge des politischen Wandlungsprozesses in Osteuropa – begannen die tschechischen und slowakischen Wissenschaftler, sich neu zu orientieren. Dazu gehörte, sich – neben der Erforschungen von Geschichte und Bildungsgeschichte – nun auch mit der Frauenemanzipation und den Gender-Studies zu beschäftigen.

Unter diesen Gesichtspunkten wurde bis jetzt der Zeitraum von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts und dann sowie die Epoche des Sozialismus' erforscht. Bestandteil dieser Forschung sind auch einige Untersuch-

ungen zum Leben von Frauen im Stadtraum.⁷³¹ Umfassende Studien über Frauen im Zeitraum der Ersten Tschechoslowakischen Republik sind aber eher spärlich. Vor allem gibt es diesbezüglich noch Nachholbedarf bei der Erforschung der Alltagsgeschichte, die tiefere Einsichten in das damalige Denken und Verhalten erlauben und somit deren besseres Verständnis ermöglicht.

„Über die Phase der ČSR existieren nur einige Beiträge in Sammelbänden von J. Burešová, die Ende der neunziger Jahre des 20. Jahrhunderts erschienen. In den Anthologien sind keine Anmerkungen über die sich ändernde Stellung der Frauen in der Gesellschaft auszumachen.“⁷³²

Burešová beschäftigt sich mit der Frauenbewegung und deren Einfluss auf gesellschaftliche Prozesse in der genannten Zeit.

Aus der neuesten Forschung ist das interdisziplinäre Projekt *Jiným hlasem: Ženská výtvarná kultura v době první československé republiky* (Mit anderer Stimme: Die weibliche Kultur in der Ersten Tschechoslowakischen Republik)⁷³³ zu erwähnen, das den soziokulturellen Kontext und den Gender-Aspekt der modernen Kunst in der Zwischenkriegszeit untersucht. Dabei geht es um die Tätigkeit von bildenden Künstlerinnen sowie um visuelle Veränderungen in den Darstellungen von Weiblichkeit, einerseits bezogen auf die populären Kultur, etwa Werbung und Film, andererseits im Hinblick auf theoretische Texte, insbesondere in der Kulturkritik.

Die vorliegende Arbeit will daher einen Beitrag leisten, das Frauenbild in der Ersten Tschechoslowakischen Republik weiter zu erschließen. Gleichzeitig geht es um einen Vergleich zwischen dem Diskurs um die deutsche *Neue Frau* und jenem um die *Moderní žena* (Moderne Frau) in der ČSR.

8.1 Begründung der Quellenauswahl

Am Beispiel der deutschen Quellen zeigte sich, dass die Presse in den 1920er- und -30er-Jahren eine entscheidende Rolle bei der Kreation und Verbreitung von modernen Weiblichkeitsbildern spielte; es bestätigt sich, dass das Gleiche auch für die Tschechoslowakei galt.

⁷³¹ Vgl. Moravcová-Stará, Mirjam: *Žena ve městě. Lidé města*. Institut základu vzdělanosti Univerzity Karlovy Ethos Praha, 1993.

⁷³² Burešová, Jana: *Proměny společenského postavení českých žen v první polovině 20. století*. Katedra historie, Univerzity Palackého Olomouc, 2001, S. 10. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „K období první ČSR existuje pouze několik sborníkových statí J. Burešové z konce devadesátých let 20. Století. V souhrnných pojednáních chybí i jenom zmínka o měnícím se postavení žen ve společnosti.“

⁷³³ Vgl. Pachmanová, Martina: *Ženy gender & moderní umění*, www.zenyvumeni.cz.

Die bedeutendsten Frauenzeitschriften mit hohem inhaltlichen sowie künstlerischen Niveau wurden von Verlagshaus Melantrich herausgegeben. Sie richteten sich mit ihren aktuellen Themen, deren Spektrum von Haushaltsführung und Schönheitspflege bis zu Sportbetätigung und Berufsleben reichte, vor allem an die junge Frauengeneration. Von dem hohen Stellenwert, den diese Zeitschriften im Leben junger Frauen einnahmen, zeugt auch das folgende Zitat. Darin wird beklagt, dass es „früher“, die Freundin war, die man um Rat fragte, wenn ein Missgeschick zu beseitigen war – doch „heute“ werde sie von der Zeitschrift *Pražanka* ersetzt: „Und wenn ich mich jetzt bekleckere, greift Božena nach der ‚Pragerin‘ anstatt nach einer Zitrone: ‚Hier irgendwo muss es sein [...]‘.“⁷³⁴ Den Rat einer Freundin einzuholen, repräsentiert die traditionelle Vorgehensweise, der Griff zur Zeitschrift dagegen das Handeln einer modernen Großstadtfrau. Bereits der Spitzname der Zeitschrift *Pražanka* (*Pragerin*)⁷³⁵ veranschaulicht, dass die Illustrierte viel mehr als ein Medium war; sie avancierte zum Ersatz für eine Freundin. Gleichzeitig fungierte dieser Name als Personifizierung der Leserin, die sich als moderne Großstadtfrau verstand. Schon allein dadurch, dass sie die Zeitschrift las, demonstrierte sie die Zugehörigkeit zum urbanen Kontext. Olga Scheinpflugová, die Ehefrau von Karel Čapek, schilderte in ihrer Autobiografie die Marktposition dieser populärsten und auflagenstärksten Illustrierten folgendermaßen: „Die *Pražanka* war die populärste Volkszeitschrift. Der gesellschaftliche Ton wurde von *Pestrý týden* [Bunte Woche] und *Eva*, die von Melantrich herausgegeben wurde, angegeben.“⁷³⁶

Während ich potenzielle Quellen sondierte, sah ich mir die Zeitschriften *List paní a dívek* (Frauen- und Mädchenblatt) sowie deren Spezialeditionen *Pražanka* (*Pragerin*) und *Hvězda* (*Stern*) an. Es stellte sich aber heraus, dass diese Zeitschriften für die Zwecke der vorliegenden Untersuchung nicht geeignet waren. Zwar richteten sie sich an ein breites Publikum, jedoch waren sie im Hinblick auf ihre Themen, Ausstattung und Preisklasse, die Qualität des Papiers und der Beiträge mit den untersuchten deutschen Zeitschriften *Die Dame* oder *die neue Linie* nicht vergleichbar. Auch erfüllten sie nicht das Kriterium, exemplarisch für das ganze Gebiet der Republik zu sein.

⁷³⁴ Ma-Fa: *Poznámka k ženským časopisům*. In: *LN*, 11.11.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*A udělám is li skvrnu ted', sáhne Božena po Pražance místo o citronu. 'Tady někde to musí být [...].'*“

⁷³⁵ Je nach der Region, in der die Zeitschrift erschien, trug sie den Titel *Pragerin*, *Mährin* oder *Slowakin*.

⁷³⁶ Beránková, Milena; Křivánková, Alena; Rutkay, Fraňo (ed.): a. a. O., S. 155. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Pražanka vedla jako nejpůvodnější lidový časopis, společenský tón udával Pestrý týden a Eva, vydávaná Melantrichem.*“

Nur Eva erfüllte die Voraussetzungen einer geeigneten Untersuchungsquelle. Die darin publizierten Beiträge sowie die Modebeilagen und die Werbung für Luxusgüter beweisen, dass sie sich an ein vergleichbar anspruchsvolles Publikum richtete wie die deutschen Zeitschriften. Eva war eine Frauen- und Gesellschaftszeitschrift, die sich programmatisch an die tschechoslowakische Frau richtete (was Tschechinnen und Slowakinnen einschloss). Sie wurde von 1928 bis 1943 zweimal im Monat in einer Auflage von 18 000 Exemplaren von Melantrich herausgegeben.⁷³⁷ Sie war eine der fortschrittlichsten Frauenzeitschriften auf dem tschechoslowakischen Markt. Zwar gehörte sie nicht zu den auflagenstärksten Zeitschriften, doch sie spielte trotzdem eine wichtige Rolle, da sie sich an anspruchsvolle und gebildete moderne Frauen wandte. Ihr Titel lautete zuerst Eva. Die Zeitschrift der modernen Frau (Eva. Časopis moderní ženy) und ab dem vierten Jahrgang Eva. Die Zeitschrift der gebildeten Frau (Eva. Časopis vzdělané ženy). Bereits der Titel Eva ist eine Metapher. Eva repräsentiert die erste Frau, die Nová žena (Neue Frau) als Vertreterin einer neuen tschechoslowakischen Gesellschaft. Ihr gegenüber steht Adam, wie der prototypische männliche Vertreter der Gesellschaft im Feuilleton oft genannt wird.⁷³⁸ Es handelt sich um programmatisch gewählte Namen, die den Neuanfang symbolisierten. Die Zeitschrift ist somit weitaus mehr nur als Unterhaltung, sie ist zugleich Paradigma: Sie zeigt, wie die Nová žena (in der Zeitschrift als Moderní žena/Moderne Frau bezeichnet) sein soll, die man sich wünscht – gebildet, fleißig, gepflegt, aktiv und selbstbewusst.

Neben klassischen Frauenrubriken wie Haushalt, Handarbeiten, Mode, Kosmetik, Gesundheit, Kindererziehung und Familie widmete sich die Zeitschrift in der Rubrik Život a práce žen (Frauenleben und -arbeit) ernsthaften Themen wie der Frauenarbeit und der Stellung der Frau in der modernen Gesellschaft. Viel Raum räumte man auch den Veränderungen der Geschlechterbeziehungen und der Institution Ehe ein, ähnlich wie in den deutschen Zeitschriften. Eva beschränkte sich nicht nur darauf, die Errungenschaften der modernen Zeit und das Wesen der Moderní žena zu beschreiben, sie hinterfragte diese auch. Darüber hinaus mischte sie einheimische Themen mit aktuellen ausländischen und stellte zwischen diesen Bezüge her. Auch die USA, das dortige Leben und die US-amerikanischen Frauen wurden häufig thematisiert. Ihrem Inhalt nach war Eva viel mehr als eine reine Frauenzeitschrift: Weitere Rubriken beschäftigten sich z. B. mit anspruchsvollen kulturellen

⁷³⁷ Beránková, Milena; Křivánková, Alena; Ruttkay, Fraňo (ed.): a. a. O., S. 163.

⁷³⁸ Vgl. Hašková, Jarmila: *Jak si představuje Eva Adama*. In: *Eva*, Jg. II., Nr. 6, (15.1.) 1930, S. 14.

Themen wie Literatur, Film, Musik, Theater, Kunst sowie mit gesellschaftlichen und politischen Aktualitäten und Persönlichkeiten, mit dem Reisen, moderner Architektur und Wohnungsgestaltung und mit dem Sport.

Es erwies sich, dass von allen während der 1920er- und -30er-Jahre in tschechischer Sprache erschienenen Zeitschriften Eva die einzige war, die als „repräsentative Zeitschrift“⁷³⁹ zu bezeichnen ist. 1928 wird sie in Lidové noviny gepriesen: „Sie kann sich mit den Pariser Zeitschriften messen.“⁷⁴⁰ Und dies war tatsächlich so. Redigiert wurde das Heft von Jarmila Nováková, der literarische Teil wurde von Máša Broftová geleitet, der Modeteil von Stanislava Jílovská. Die grafische Gestaltung übernahm František Tichý. Die Titelbilder von Eva zeichneten sich durch eine hochwertige künstlerische Gestaltung aus, wahlweise mittels Fotografie, Malerei oder Collage. Auch die Auswahl der Autoren und Autorinnen wurde der modernen und gebildeten Zeitgenossin gerecht; zu diesen gehörten namhafte und bekannte Persönlichkeiten des damaligen tschechoslowakischen und internationalen Gesellschafts- und Kulturlebens. Für das Feuilleton schrieben z. B. die Schriftstellerinnen Olga Scheinpflugová, Marie Pujmanová und Olga Schieszlová, die Tänzerin Milča Mayerová, der Architekt J. E. Koula, die Schriftsteller Vítězslav Nezval, Hugo Haas, Ivan Olbracht und Karel Poláček, um nur einige zu nennen. Auch dies zeugt von der hohen Qualität der Publikation.

Nach der Auflösung der Republik und der Gründung des Protektorats Böhmen und Mähren im Jahr 1939 wurde die Zeitschrift apolitisch. Es waren kaum Bilder oder Themen auszumachen, die sich mit dem Dritten Reich auseinandersetzten, und wenn, dann handelte es sich um die Aufgaben der deutschen Frau. Interessanterweise waren es die tschechischen Themen, die in den Vordergrund rückten. Berichtet wurde über den tschechischen Film, tschechische Stars wie Mandlová und Gollová, über tschechische Lieder, Musik, Bücher oder Bräuche. In der Mode wurden Folkloreakzente betont. Meiner Auffassung nach kann dies durchaus als ablehnende Haltung dem deutschen Regime gegenüber verstanden werden. In den Reiseberichten konzentrierte man sich weniger auf das Ausland, sondern eher auf Böhmen und die umliegenden Länder.

Was sich indes kaum änderte, war die Berichterstattung über Amerika. Der US-amerikanische Film, die Filmstars und Modetrends wurden im gleichen Maße verfolgt.

⁷³⁹ Schäffling, Rosa Friderika: a. a. O., S. 1.

⁷⁴⁰ Anonym: *Charakteristik der Zeitschrift „Eva“*. In: LN, 11.11.1928, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Vyrovná se pařížským listům.“

8.2 Die tschechische Frauenbewegung als Bestandteil des nationalen Emanzipationskampfes

Die Anfänge der Frauenbewegung in Böhmen lassen sich auf circa 1860 datieren. Zu dieser Zeit wurden zahlreiche Frauenzirkel und -vereine gegründet, die sich meist philanthropischen Aktivitäten widmeten und sich stärker noch der Frauenbildung verschrieben hatten. 1861 wurde auch das erste tschechische Frauenperiodikum *Lada* gegründet⁷⁴¹. Interessanterweise befanden sich unter den Befürwortern der tschechischen Frauenbewegung nicht ausschließlich Frauen wie Magdalena Dobromila Rettigová, Eliška Krásnohorská oder Karolína Světlá, um nur einige zu nennen, sondern auch Männer. Der Pädagoge, Philosoph und Arzt Karel Slavoj Amerling gründete 1842 in Prag die Schule Budeč, eine tschechische Muster-schule⁷⁴², die allen Schichten sowie Frauen zugänglich war. Als einer der Vorreiter der Emanzipationsbewegung, engagierte er sich für die Emanzipation der tschechischen Frauen:

„Er war der Erste in Böhmen, der sich dafür einsetzte, dass der Frau die Beteiligung an Kultur nicht versagt wurde, dass ihr Mittel zur Bildung zuerkannt wurden, damit sie eine Position im Leben erreichen konnte, die ihr mehr Rechte einbrachte, als ihr die bisherigen Gesellschaftsnormen und die österreichischen Staatsrechte zugestanden hatten.“⁷⁴³

Ein weiterer Herr, der sich für die Rechte von Frauen einsetzte, war Vojtěch Náprstek, der 1857 den *Americký klub dam* (Amerikanischen Damenklub) gründete, auf den ich noch näher eingehen werde.

Bei der allgemeinen wie auch bei der praxisorientierten Frauenbildung spielte eine grundlegende Rolle, dass sie in tschechischer Sprache stattfand. Denn die gebildete tschechische Frau war ein wichtiger Bestandteil des Kampfes um die nationale Emanzipation des tschechischen Volkes. Die Besonderheit der tschechischen Verhältnisse fasste Milena Lenderová zusammen: *„Die Emanzipation kam hier im Vergleich zu Westeuropa verspätet an, vor allem jedoch begann sie nicht mit der*

⁷⁴¹ Die erste slowakische Frauenzeitschrift erschien unter dem Titel *Dennica* im Jahre 1898 und wurde von der Schriftstellerin Tereza Vansová redigiert.

⁷⁴² Die Schule, wurde von Spenden finanziert, 1848 wurde sie geschlossen.

⁷⁴³ Burešová, Jana: a. a. O., S. 53. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Byl prvním v Čechách, kdo se zasazoval o to, aby žena nebyla vylučována z účasti na kultuře, aby jí byly dány prostředky ke vzdělání a aby na tomto základě mohla dosáhnout postavení v životě, jež by jí poskytlo více práv, než k jakým ji opravňoval společenský řád a rakouské státní zákony.“*

*Ausgrenzung gegenüber den Männern, sondern in Zusammenarbeit mit ihnen.*⁷⁴⁴

Hierin besteht der Hauptunterschied zur deutschen Frauenbewegung, der es in erster Linie darum ging, effektive Organisationsformen zu schaffen, die für die wirtschaftlichen Interessen sowie den Bildungszugang von bürgerlichen Frauen kämpfen sollten, um somit ihre gesellschaftliche Stellung zu verbessern.

Die gebildete Frau

Die Bildung der Frau spielte eine besonders wichtige Rolle im nationalen Emanzipationskampf. Ähnlich wie in der Weimarer Republik gab es auch in der Tschechoslowakei Ende der 1920er-Jahre zwei gut ausgebildete, wenn auch sehr elitäre Frauengenerationen.⁷⁴⁵ Denn die meisten studierten Frauen entstammten höheren Gesellschaftsschichten oder Familien der *Intelligenz*. 1890 gründete Eliška Krásnohorská unter dem Namen *Spolek pro ženské studium Minerva* (Frauenstudienverein *Minerva*) das erste Frauengymnasium, das Töchter aus diesen Kreisen besuchten, beispielsweise die Journalistin Milena Jesenská. Die ersten Frauen schlossen ihr Hochschulstudium gegen Ende des 19. Jahrhunderts ab. Im Unterschied zu Deutschland mussten jedoch die meisten Tschechinnen ihre Studienabschlüsse im Ausland machen. Die ersten tschechischen Ärztinnen z. B. studierten in der Schweiz.

Großer Beliebtheit erfreuten sich die Studienfächer Medizin, Jura, Pädagogik und Philosophie, aber auch andere Fächer eroberten die Frauen langsam für sich. Ein Studium zu bewerkstelligen, war nicht einfach, denn es wurde häufig von finanziellen Problemen, aber auch von Voreingenommenheit der männlichen Kollegen und Professoren begleitet. Auf Schwierigkeiten stießen Frauen dann auch als Absolventinnen – bei der Arbeitsuche. Vor allem für Juristinnen⁷⁴⁶ war es schwierig, Arbeit zu finden. Trotz allem stieg die Zahl der Hochschulabsolventinnen auch in der ČSR kontinuierlich an. Die gebildete Frau galt für die Zwecke der nationalen Emanzipation als notwendig und wurde daher akzeptiert. Wurde sie allerdings in

⁷⁴⁴ Lenderová, Milena: *K hříchu i k motlitbě. Žena v minulém století*. Mladá Fronta Praha, 1999, S. 236. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Emancipace sem přišla ve srovnání se západní Evropou poněkud opožděně, především však začala nikoli vymezováním se vůči mužskému světu, ale v spolupráci s ním.*“ Gleiches gilt auch für den Emanzipationsweg der slowakischen Frau.

⁷⁴⁵ Vgl. Honzáková, Albína: *Československé studentky let 1890 - 1930*. Minerva Praha, 1930. Und: Štemberková, Marie: *Doktorky filozofie a medicíny na pražské univerzitě od r. 1901 do konce první světové války*. In: Ledvinka, Václav; Pešek, Jiří: a. a. O., S. 213 - 218.

⁷⁴⁶ Dies ist sehr gut in der zeitgenössischen Literatur dokumentiert. Beispielsweise in dem Roman von Olga Scheinpflugová: *Dvě z nás*. Praha, 1933.

einem Arbeitsbereich ernstzunehmende Konkurrentin der Männer, wehrten diese sich dagegen.

8.2.1 *Nová žena* (die *Neue Frau*) = die tschechoslowakische Frau

Die tschechische Schriftstellerin Olga Stránská-Absolonová⁷⁴⁷ war die Schwester des Gründers von *Lidové noviny* Adolf Stránský und Befürworterin der Frauenbewegung. In ihren gesammelten Texten aus den Jahren 1909 bis 1918, die 1920 veröffentlicht wurden, beschäftigte sie sich mit der gesellschaftlichen Aufgabe der tschechischen Frau. In diesem Zusammenhang verwendete sie den Begriff *Nová žena* (*Neue Frau*). Sie war überzeugt, dass Frauen bei der gesellschaftlichen Weiterentwicklung der tschechischen Gesellschaft eine wichtige Rolle spielen würden und sollten. Deren Aufgabe sollte in der Bildung und Veredelung der neuen tschechischen Nation bestehen. In diesem Zusammenhang setzte sich Stránská-Absolonová damit auseinander, welche Qualitäten Frauen bräuchten, damit sie dieser Rolle gerecht werden könnten. Stránská-Absolonová dokumentierte in ihren Texten die Entwicklungsstadien der tschechischen *Nová žena*. Sie vertrat bereits vor 1914 die These, dass die *Nová žena* ein menschliches Wesen sei, das nicht mehr auf das *Weibliche* beschränkt werden dürfe. Den Ersten Weltkrieg erkannte sie als Bruch mit der Tradition, denn bereits zu Zeiten dieses Krieges wurden Frauenrechte teilweise in die Praxis umgesetzt, insbesondere das Recht auf Arbeit. Frauen hatten die Möglichkeit zu zeigen, wie kompetent und effektiv sie den Mann auf dem Arbeitsmarkt vertreten konnten. Stránská-Absolonová konstatierte, dass dieser Umstand das traditionelle Verständnis der Frauenrolle innerhalb der Gesellschaft veränderte und gleichzeitig die Entstehung eines neuen Selbstbildes und -bewusstseins beschleunigte. Die Aufgabe der *Nová žena* sollte jedoch mit dem Erreichen der nationalen Eigenständigkeit nicht beendet sein; im Gegenteil, erst wenn diese erreicht würde, könnte ihre Bildungsarbeit zur vollen Entfaltung kommen. Stránská-Absolonová war der Überzeugung, dass die *Nová žena* in einem eigenständigen Staat ein frei denkender und handelnder Mensch mit Rechten und Pflichten wäre, ein vollwertiges Mitglied der *neuen* Gesellschaft.

Es ist bemerkenswert, wie schnell die Entfaltung der Republik vor sich ging und politische Sicherheit sowie ökonomische Stabilität erzielt wurden. 1920 wurde die demokratische Verfassung verabschiedet, die den Frauen bürgerliche Rechte

⁷⁴⁷ Stránská-Absolonová, Olga: *Za novou ženou*. Nakladatel B. Kočí Praha, 1920.

garantierte, ähnlich wie in der Weimarer Republik. Burešová kam in ihren Untersuchungen zu dem Ergebnis, dass sich – dank der neu erworbenen Rechte – die gesellschaftlichen Aktivitäten von Frauen vermehrten und zuvor noch nie dagewesenes Maß erreichten. Vor allem die liberal orientierten Frauenvereine und -verbände hatten großen Anteil an dieser Entwicklung.⁷⁴⁸

Im Gegensatz zur Weimarer Republik war in der ČSR die offizielle Einstellung der Frauenemanzipation gegenüber eindeutig positiv. Präsident Masaryk selbst unterstützte die tschechoslowakische Frauenbewegung und nahm auch an zahlreichen Treffen von Frauenvereinen teil. Er „*hob die Notwendigkeit und die Zweckmäßigkeit der gemeinsamen Arbeit von Männern und Frauen, ihre gegenseitige Anerkennung und Gleichberechtigung hervor.*“⁷⁴⁹ Daran ist zu erkennen, dass man den Begriff *Nová žena* im Zusammenhang mit Frauen verwendete, die sich aktiv am Aufbau der Gesellschaft beteiligten. In diesem Sinne war die *Nová žena* die *tschechoslowakische Frau*.

8.3 Das Bild der Frau im Feuilleton von Eva

Die *Moderní žena*, wie sie die Zeitschrift *Eva* präsentierte, war „sportlich, klug, schlank, praktisch, chic und gebildet“⁷⁵⁰. Sie war eine berufstätige und aktive Frau, die den Herausforderungen der Zeit mit Selbstbewusstsein begegnete. Denn: „Sie fühlt, dass sich in der Gestaltung der Welt die wirtschaftliche, geistige Struktur wandelt, und dass sich die sozialen Grundlagen ändern, die den Mann wie die Frau zum Führen eines neuen Lebensstils verpflichten.“⁷⁵¹ Jener neue Lebensstil trug bei zur Veränderung der klassischen Frauenrolle und zur Herausbildung einer „Frau des neuen Typs [...]die immer weiß was sie will“⁷⁵². Diesen Typus repräsentierte

⁷⁴⁸ Burešová untersucht in ihrer Arbeit die gesellschaftlichen Aktivitäten von Frauen, die in Verbänden und Vereinen organisiert waren. Sie vergleicht die Aktivitäten der liberalen und der katholisch orientierten Frauenvereine und zeigt, wie aktiv sich die Frauen am gesellschaftlichen Leben in der ČSR beteiligten.

⁷⁴⁹ Burešová, Jana: a. a. O., S. 178. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Zdůrazňoval potřebu a účelnost společné práce mužů a žen, vzájemné uznání a rovnoprávnost.*“ Masaryk war ein Befürworter der Gleichstellung von Frauen in der Gesellschaft und unterstützte ihre Initiativen zur Verbesserung ihrer Lage.

⁷⁵⁰ Broftová, Máša: *Eva všemi sporty*. In *Eva*, Jg. I, Nr. 11, (15.4.) 1929, S. 9. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*sportovní, moudrá, štíhlá, praktická, chic a učená*“.

⁷⁵¹ Šnobl, Jan: *Penelope přemýšlí*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 23, (1.10.) 1930, S. 19. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Cítí, že se ve stavbě světa proměňuje struktura hospodářská, duchovní, že se mění sociální jeho podstata, zavazující muže i ženu k novému životnímu stylu.*“

⁷⁵² Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*nový typ ženy [...] která ví vždy, co chce*“.

die arbeitende Junggesellin, die ihr Leben auf neue und effektive Weise organisieren musste. Da sie berufstätig war, erforderte ihr Lebensstil eine kompakte und zeitsparende Haushaltsführung, die nicht länger belasten oder gar voll auslasten sollte.

Aus diesem Grund widmete Eva der modernen Wohnungsgestaltung, insbesondere für die Küche, große Aufmerksamkeit, genau wie die deutschen Zeitschriften. Ähnlich wie in Deutschland galt die moderne amerikanische Küche⁷⁵³ als Vorbild für die moderne Haushaltsführung. Doch der entsprechende Haushalt eines modernen Paares erforderte mehr als nur neue elektrische Geräte und eine praktische Zusammenstellung der Möbel:

„Der eigentliche moderne Haushalt erforderte eine Frau und einen Mann, zwei gute, fröhliche Freunde, die klug und schön zusammenleben wie Partner, die ihre Tage mit intensiver Arbeit ausfüllen und die Abende in der Besinnlichkeit der gemeinsamen Erholung verbringen.“⁷⁵⁴

Der neue Lebenswandel führte zu einer Wandlung des Beziehungsideals; in der modernen Beziehung sollten Mann und Frau gleichberechtigte Partner sein. Dies entsprach der Überzeugung, dass die neue tschechoslowakische Gesellschaft nur durch das Zusammenwirken von Mann und Frau gebildet und entfaltet werden konnte. In Eva wurde dementsprechend das Bild einer selbstständigen Frau gezeigt, die ein wichtiges und gleichberechtigtes Mitglied der neuen Gesellschaft darstellte.

8.3.1 *Moderní žena* (die *Moderne Frau*)

„Die erste Republik hatte ein reiches Gesellschaftsleben, sie verstand es, sich zu unterhalten, sie war elegant und geistreich. Es fehlte ihr nicht an Kultur des Ausdrucks, sie hatte ein Bedürfnis nach Geschmack, Qualität, Ästhetik der Umwelt und auch nach einem neuen Lebensstil.“⁷⁵⁵

⁷⁵³ Vgl. Kučerová-Záveská, H. (Architekt): *Zařízení kuchyně*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 3, (1.12.) 1929, S. 23. Die Zeitschrift *List paní a dívek* publizierte in festen Rubriken Informationen über die Haushaltsführung in Amerika. So wurde z. B. über die amerikanische Küche, das amerikanische Schlafzimmer, die Art des Waschens und Bügelns in Amerika berichtet.

⁷⁵⁴ Papáčková, Naďa: *Moderní domácnost*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 13, (15.5.) 1929, S. 19. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Vlastní moderní domácnost znamená muže a ženu, dva dobré, veselé kamarády, kteří moudře a krásně žijí spolu jako druh vedle druha, trávíce dny svou intenzivní prací, a večery v klidu společného oddychu.*“

⁷⁵⁵ Vrbová, Marie: *Výstava o eleganci první republiky*. In: *Svobodné slovo*, Nr. 243, (16.10.) 1996, S. 13. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*První republika měla bohatý společenský život, uměla se bavit, byla elegantní, duchaplná, nechyběla jí kultura projevu, měla potřebu vkusu, kvality, estetiky životního prostředí i nového životního stylu.*“

Dieser neue Lebensstil entwickelte sich – ähnlich wie in Deutschland – in der Metropole. Das Leben in der Hauptstadt Prag pulsierte, alle modernen Erscheinungen nahm man begeistert auf, kreative Energien wurden freigesetzt und ausgelebt. Olga Scheinpflugová erinnert sich in ihrer Autobiografie:

*„Das Leben in Prag lief auf Hochtouren, Theaterpremiererregten die gebildete Gesellschaft, und die Kinos spielten für anspruchsvolles und nicht anspruchsvolles Publikum. [...] Die Stadt machte täglich ihre Tanzsäle und Bars auf, die als Sensation Apatschentänze aufführten. [...] Pferdehufe verstummten, und das Straßenpflaster gewöhnte sich an das Quietschen von Autoreifen.“*⁷⁵⁶

Die deutsche *Neue Frau* galt als „Inbegriff der Weimarer Modernität“⁷⁵⁷, wie im 4. Kapitel bereits beschrieben. In der Tschechoslowakei war es die *Moderní žena* (*Moderne Frau*), die den *neuen Lebensstil* repräsentierte. In beiden Fällen handelte es sich um Großstadtfrauen: die Berlinerinnen und die Pragerinnen. Die *Moderní žena* war äußerlich mit der *Neuen Frau* identisch. Auch sie trug einen Bubikopf, kurze Röcke und schminkte sich wie die Stars in US-amerikanischen Filmen.

Die Mode spiegelte die gesellschaftlichen Verhältnisse wider. Auch in der ČSR passte sich die Kleidung dem Alltag der berufstätigen *Moderní žena* an. In der Modebeilage von *Eva* wurde Berufsbekleidung präsentiert, ebenso wie Modelle für verschiedene gesellschaftliche Anlässe, die für besser betuchte Frauen bestimmt waren. Die Mode der Zeit war bequemer, praktischer und sportlicher. „In den Jahren 1928 bis 1933 erreichten Eleganz, Leichtigkeit, Kreativität, einschließlich der Mode, ihren Höhepunkt.“⁷⁵⁸ Wie für den deutschen war auch für den tschechoslowakischen Stil die Modestadt Paris ein wichtiges Vorbild. Gleichzeitig verzeichnete die tschechoslowakische Modebranche – genau wie die deutsche – in der Zwischenkriegszeit einen großen Entwicklungsschub.⁷⁵⁹

⁷⁵⁶ Scheinpflugová, Olga: *Byla jsem na světě*. Mladá Fronta Praha, 1994, S. 155. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Život v Praze běžel na plné obrátky, divadelní premiéry vzrušovali vzdělanou společnost a kina hrála pro vybíravé i nevybíravé. [...] Večerní město otvíralo denně své tančírny a bary, do nichž se vedrali jako senzace apačské tance. [...] Kopyta koní umlkala a dláždění silnic si zvykalo na svištění pneumatik.“

⁷⁵⁷ Vgl. Frevert, Ute: a. a. O., S. 25.

⁷⁵⁸ Čížková, Františka: *Pocta eleganci*. In: *Týden*, Nr. 40, 1996, S. 55. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „V letech 1928 - 1933 spějí elegance, lehkost, kreativita, včetně módy, k zenitu.“

⁷⁵⁹ Vgl. Zum Thema tschechische Mode in der Zwischenkriegszeit: Uchalová, Eva: *Česká móda 1918 - 1939. Elegance první republiky*. Olympia Praha, 1996. Auch: Zuberová, Magdaléna M.: *Die Bekleidungskultur des Bürgertums in der Slowakei 1900 - 1918*. In: Mannová, Elena (Hrsg.): *Bürgertum und bürgerliche Gesellschaft in der Slowakei 1900 - 1989*. AEP Bratislava, 1998, S. 221.

Die *moderne* Pragerin definierte sich aber nicht nur über die aktuelle Mode, sie repräsentierte die Progressivität jener Zeit. Wie die Auswertung von *Eva* und *Lidové noviny* zeigt, war die *Moderní žena* in der ČSR ein genauso aktuelles gesellschaftliches Thema wie im restlichen *Westeuropa*. Davon zeugen zahlreiche Beiträge einheimischer und ausländischer Autoren, die sich an diesem Diskurs beteiligten, wie beispielsweise die folgende Aussage des französischen Schriftstellers Victor Margueritte⁷⁶⁰ vermittelt, die 1929 in *Eva* erschien: „Die Moderne Frau ist der Mittelpunkt und das Thema fast jeder Debatte; sie ist das Problem der heutigen Zeit.“⁷⁶¹ Margueritte verwies dabei auf die Veränderungen, welche die Frauenemanzipation im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Leben, aber auch in den zwischenmenschlichen Beziehungen nach sich zog. Die tschechische Autorin Marie Pujmanová charakterisierte die *Dnešní žena* (heutige Frau) wie folgt:

„Die heutige Frau ist pünktlich, [...] sachlich, [...] objektiver als vorher, [...] sie studiert, wirtschaftlich konkurriert sie mit dem Mann. [...] sie muss, wie man sagt, tüchtig sein, zusammen mit den Muskeln stärkt sie auch ihr Herz und Gehirn. Sie ist unsentimental.“⁷⁶²

Diese Beschreibung verdeutlicht, dass die tschechoslowakische *Moderní žena* mit der deutschen *Neuen Frau*, wie sie im 4. Kapitel charakterisiert wurde, weitgehend identisch ist. In Abgrenzung zu ihren Vorgängergenerationen allerdings bescheinigt Jan Šnobl den modernen Frauen eine Entwicklung der Geisteshaltung. Er schlussfolgert: „Die heutige Frau arbeitet und denkt. Der vorherige Typ der Frau arbeitete nur. [...] Die Grundlage des heutigen Frauseins ist das Bewusstsein.“⁷⁶³

Dieses gesteigerte Selbstwertgefühl der Frauen veränderte ihre Selbstwahrnehmung und – in Verbindung mit der finanziellen Unabhängigkeit – auch ihre Einstellung gegenüber dem Mann und der traditionellen Beziehung. Das neue Ideal wurde die „Frau als Lebenskamerad“⁷⁶⁴. Die *Moderní žena* führte eine *moderne*, d. h. sachliche, kameradschaftliche und unsentimentale Beziehung zu den Männern. Die Ehe verlor weitgehend ihre Bedeutung als Versorgungsinstitution und war für viele nicht mehr erstrebenswert:

⁷⁶⁰ Sein Roman *La Garçonne* erschien auch in Tschechisch.

⁷⁶¹ Margueritte, Victor: *Problém moderní ženy*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 9, (15.3.) 1929, S. 11.

⁷⁶² Pujmanová, Marie: *Dnešní žena*. In: *Eva*, Jg. VII, Nr. 1, (1.11.) 1934, S. 31. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Dnešní žena je přesná [...] věcná [...] je objektivnější, než bývala [...] studuje, hospodářsky studuje s mužem. [...] musí se, jak es říká ohánět, zároveň se svalstvem otužila si mozek a srdce. Je nesentimentální.“

⁷⁶³ Šnobl, Jan: a. a. O., S. 19. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Dnešní žena myslí a pracuje. Minulý typ ženy jenom pracoval. [...] Podstata dnešního ženství jest vědomí.“ Vgl. auch: Scheinpflugová, Olga: *O ženské samostatnosti*. In: *Eva*, Jg. III, Nr. 4, (15.12.) 1930, S. 18.

⁷⁶⁴ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „žena jako životní kamarád“.

„Wenn die Frau heute nicht heiratet, bedeutet dies nicht mehr die soziale und materielle Katastrophe von früher, auch das Ende des erotischen Lebens nicht. Gesellschaftlich unterscheiden sich heute die verheiratete, geschiedene oder ledige Frau wenig voneinander, wenn sie auf ihren eigenen Beinen stehen.“⁷⁶⁵

Die Verbindung zwischen Mann und Frau bestimmten nicht mehr romantische Gefühle, und auch die eheliche Treue verlor an Bedeutung; dafür sollte die *neue Ehe* kameradschaftlich und offen sein. Der Text zu einer Karikatur, die ein Ehepaar abbildet, drückt dies besonders pointiert aus: „[...] hör schon auf mit den Aufmerksamkeiten, sonst verlieben wir uns noch ineinander.“⁷⁶⁶ Die *moderne Beziehung* wurde – ähnlich wie im deutschen – auch im tschechischen Feuilleton meist mit ironisierendem Unterton geschildert. Dabei betonte man auch hier die Widersprüchlichkeit solcher Beziehungen. Denn einerseits wünschten sich die Frauen eine kameradschaftliche und sachliche Beziehung, andererseits sehnten sich viele nach romantischen Gefühlen, die sie aber nicht zugeben wollten.⁷⁶⁷ Ebenso wie die deutsche *Neue Frau* war auch die *Moderní žena* ein mediales Konstrukt, in das alle Qualitäten einer *Superfrau* hineinprojiziert wurden, die den Alltag problemlos bewältigt. Diese Klischeevorstellung wird folgendermaßen beschrieben:

„Morgens macht sie Morgensport bei offenem Fenster. Sie stellt ihren Essplan so zusammen, dass er die vorgeschriebene Menge an Vitaminen enthält. Im Haushalt benutzt sie moderne Errungenschaften, zum Beispiel elektrische Kühlschränke. Obwohl sie verheiratet ist, ist sie unabhängig, hat ihren Beruf und ist ihrem Mann und ihren Kindern eine Kameradin. Sie fährt Auto, eventuell fliegt sie ein Flugzeug, treibt mehrere Sportarten, fährt zum Weekend, abends schlägt sie keine Partie Bridge oder keinen Tanz aus, und Sie können sie nicht von ihrer Tochter unterscheiden, wenn Sie sie mit kurzen Haaren und in Sporthose auf einem Foto sehen.“⁷⁶⁸

Die überspitzte Darstellung entlarvt, wie unrealistisch die Vorstellungen von der modernen Frau waren; sie zeigt aber gleichzeitig auch, wie hoch die Erwartungen an

⁷⁶⁵ Pujmanová, Marie: a. a. O., S. 31. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Když se dnes žena nevdá, už to neznamená tu sociální a hmotnou katastrofu, jako kdysi, ani ne konec erotického života. Společensky se dnes pramálo liší vdaná, rozvedená nebo svobodná žena, stojí li na svých nohou.“

⁷⁶⁶ Hoffmeister (Zeichnung): *Moderne Ehe* (Karikatur): In: LN, 4.5.1925, NA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „[...] přestaň již s timi pozornostmi, nebo se nakonec ještě do sebe zamilujem.“

⁷⁶⁷ Vgl. Hašková, Jarmila: a. a. O., S. 14. Und: Rybová, J.: *On a ona*. In: *Eva*, Jg. X, Nr. 19, (1.10.) 1938, S. 8. Vgl. weiter: Bovdenová, Mary: *Proč krize manželství?* In: *Eva*, Jg. VII, Nr. 9, (1.3.) 1935, S. 10.

⁷⁶⁸ Pujmanová, Marie: a. a. O., S. 31. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Ráno tělo cvičí při otevřeném okně. Sestavuje jídelní lístek, aby v něm byly v předepsaném množství vitaminy. Užívá v domácnosti moderních vymožeností, na příklad elektrické ledničky. Byť vdaná, je nezávislá, má své zaměstnání a je svému muži a dětem kamarád. Řídí vůz, po případě letadlo, provozuje sporty, jezdí na weekend, k večeru nepohrdne hrou v bridge a tancem, a nerozeznáte ji od vlastní dcery, když ji vidíte s krátkými vlasy a v sportovních kalhotách na obrázku.“

sie waren. Bewiesen wird damit auf jeden Fall, dass die Vorstellung vom modernen urbanen Frauentypus in der Zwischenkriegszeit universeller Natur war und dass er als Symbol für Aktualität und Progressivität verstanden wurde.

Allerdings wurden zu seiner Beschreibung im deutschen und tschechischen Feuilleton jeweils unterschiedliche Begrifflichkeiten verwendet. Während man in der Weimarer Republik von der *Neuen Frau* sprach, war es in der Tschechoslowakei die *Moderní (Moderne)* oder *Dnešní (Heutige) Frau*. Die Bezeichnung *modern* machte deutlich, dass die Frau als Mitglied einer *modernen* Gesellschaft, als *moderner Mensch* verstanden wurde. Ebenso wie die deutsche *Neue Frau* war sie der Gegenentwurf zum *traditionellen* Frauentypus. Die Begriffe *neu, modern und heutig* hatten daher synonyme Bedeutung.⁷⁶⁹ Gleichzeitig wurden sie mit dem Begriff *amerikanisch* gleichgesetzt. Dies verdeutlicht, dass die moderne Frau in den 1920er-Jahren ein universeller urbaner Typus war. Gleichzeitig bestätigt sich einmal mehr, dass *die Amerikanerin* für beide Länder (und nicht nur für diese) ein Ideal war.

8.3.2 Die Angestellte

Die *Industrialisierung* und *Urbanisierung* verstärkte auch in der ČSR – genau wie in der Weimarer Republik – den Zuzug der Bevölkerung aus ländlichen Gebieten in die Hauptstadt. Einen Großteil davon bildeten auch hier junge Frauen, die vorwiegend als Angestellte im Dienstleistungssektor Arbeit fanden. Genau wie in Deutschland empfand man auch in der Tschechoslowakei diejenige Frauen als Prototypen der *Moderní žena*, die „denkt und arbeitet“⁷⁷⁰. Sie hielt man für den *modernen Mensch* schlechthin, der sich in allen Bereichen durchsetzen konnte. So heißt es:

„Im Spiegel des Schicksals und der Selbstverwirklichung der heutigen Frauen tritt eine Reihe von Frauen in den Vordergrund, deren Hauptarbeit sich nicht auf den eigenen Haushalt beschränkt, sondern deren Arbeit sich auf alle Tätigkeitsgebiete des modernen Menschen erstreckt. In der einfachsten Arbeitskleidung der Arbeiterinnen, in den Arbeitskleidern von vielen kleinen Angestellten, in den weißen Kitteln der Frauen in Laboratorien und in den Kunstateliers und auch in Talaren der Richterinnen – so sehen wir die Frauen.“⁷⁷¹

⁷⁶⁹ Wildenhahn bezeichnet die zeitgenössischen Begriffe wie „das Neue“, „das Moderne“ oder „neue Identitäten“ als „Allgemeinbegriffe“ (Adorno FZ, 1925) oder „Sprachliches“ (Adorno 1974a, 663)“, als „ein Indikator für die alltäglichen wie wissenschaftlichen Denkgewohnheiten einer Zeit“. Wildenhahn, Barbara: *Feuilleton zwischen den Kriegen. Die Form der Kritik und ihre Theorie*. Wilhelm Fink München, 2008, S. 13.

⁷⁷⁰ Šnobl, Jan: a. a. O., S. 19. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „myslí a pracuje“.

⁷⁷¹ Nosilová, Z. (Dr.): *Žena pracuje...* In: Eva, Jg. IX, Nr. 20, (15.10.) 1937, S. 12. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „V zrcadle osudu a životního uplatnění u dnešních žen vystupuje výrazně celá fronta žen, jejichž povolání nekotví pouze ve vlastní

Die Berufstätigkeit war für eine Frau weitaus mehr als nur eine Verdienstmöglichkeit, sie vermittelte ihr Selbständigkeit. Denn: *„Die heutige Frau wird in der Arbeit zur Frau. [...] Ihre Stimme ist heute die Stimme des Menschen, der sich seines Wertes und seiner Bedeutung bewusst ist“*⁷⁷².

Der Alltag der Angestellten war in der ČSR und der Weimarer Republik identisch. Die Angestellten befanden sich in einer zwiespältigen Lage. Zwar arbeiteten sie, aber ihr Verdienst war gering und die Arbeit oft anstrengend und öde. Dies wird auch im folgenden Zitat von 1930 dokumentiert, in dem eine junge Angestellte ihr Dasein schilderte:

*„Ich kam nach Prag aus einer größeren Provinzstadt, habe Abitur und einen Handelsschulabschluss und arbeite hier in einem großen Baubüro. Jeden Tag bis sechs Uhr. Manchmal auch ein wenig länger. Dafür bekomme ich achthundert Kronen monatlich. [...] Wie sollen wir alleinstehende Mädchen es anstellen, die wir den ganzen Tag für ein paar Hunderter schuften, stolz darauf sind, auf eigenen Beinen zu stehen und doch nicht körperlich und geistig verstauben und verwelken und alles frohe und frische Interesse am Leben verlieren wollen?“*⁷⁷³

Das ist nicht nur die Frage einer kleinen Angestellten, sondern sie betrifft eine ganze Frauengeneration im Alter von achtzehn bis dreißig. Diese Frage bündelt die Wünsche, aber auch die Ängste einer Generation, die als erste auf den Weg der rechtlichen Emanzipation trat.

Mit dem Einstieg der Frau ins Berufsleben begann der bis heute andauernde Konkurrenzkampf der Geschlechter um den Arbeitsplatz. Schon um 1900 protestierten beispielsweise tschechische Lehrer dagegen, die gleichen Bedingungen und Löhne zu haben wie ihre weiblichen Kolleginnen, obwohl sie die gleiche Leistung erbrachten. Das *Doppelverdienertum* wurde nach der Weltwirtschaftskrise von 1929 nicht nur in der Weimarer Republik, sondern auch in der ČSR zum viel diskutierten Thema. So wurde am 22. 12. 1933 eine gesetzliche Anordnung über Angestellte im

domácnosti, ale rozbíhá se do všech oborů činnosti moderního člověka. V nejprostších oblecích dělnic, v pracovních šatech spousty drobných úřednic, v bílých pláštích žen v laboratořích a uměleckých dílnách i v talárech soudkyň – tak vidíme ženy.“

⁷⁷² Šnobl, Jan: a. a. O., S. 19. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Dnešní žena se stává v práci ženou. [...] Její hlas je dnes hlasem člověka, uvědomujícího si svou cenu a svůj význam.“*

⁷⁷³ Irena: *Jak to mám dělat?* In: Eva, Jg. II, Nr. 6, (15.1.) 1930, S. 26. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Přišla jsem do Prahy z většího města, mám maturitu a obchodní školu a pracuji zde ve velké stavitelské kanceláři. Každý den do šesti hodin. Někdy i déle. Mám za to osm set Kč měsíčně. [...] jak si to máme zařídit my svobodné holky, které se celé dny plahočíme za pár stovek, jsem pyšné, že stojíme na vlastních nohou a při tom se nechceme tělesně i duševně zaprášit a zvadnout a ztratit všechen veselý a svěží zájem o život.“*

öffentlichen Dienst⁷⁷⁴ verabschiedet. Diese verbot den verheirateten Frauen, die im öffentlichen Dienst tätig waren, die Weiterbeschäftigung.

Die Autorin Míla Vegrová drückte 1934 ihre Sorge aus, dass die Frauen in Zukunft wieder um die bereits erkämpften Rechte fürchten müssen. Um 1938 beobachtet Olga Schieszlová mit wachsender Besorgnis die politische Situation im Land und ihre mögliche Folgen für Frauen.⁷⁷⁵ Im Jahre 1938 wurde schließlich durch das Münchner Abkommen die Auflösung der Tschechoslowakischen Republik beschlossen. An die Stelle der Republik traten das Protektorat Böhmen und Mähren sowie der Slowakische Staat. Die Frauenemanzipation nahm dort in den folgenden Jahren eine ähnliche Wendung wie in Deutschland nach 1933.⁷⁷⁶

8.3.3 Die Sportlerin

Ähnlich wie in Deutschland gründete man Ende des 19. Jahrhunderts auch in der Österreich-Ungarischen Monarchie Vereine, die Bewegung und körperliche Ertüchtigung fördern sollten. Der größte tschechische Sportverband in der ČSR *Sokol* (*Falke*) war im Hinblick auf den Frauensport sehr progressiv eingestellt. 1869 wurde ein *Nebenverein* für Frauen gegründet: *Spolek paní a dívek českých* (*Verband der tschechischen Frauen und Mädchen*).⁷⁷⁷

In den 1920er-Jahren wurde Sport zu einem „Muss“, denn das neue Frauenideal erforderte einen schlanken und sportlichen Körper. Einerseits galten sportliche Betätigungen als Mittel zur Körperformung, andererseits avancierten sie zur populären Freizeitbeschäftigung. Es zeigte sich, dass neben dem Sport auch ein maßvoller gesunder Lebensstil für die *Moderní žena* eine wichtige Rolle spielte.⁷⁷⁸ 1930 heißt es in *Eva*, dass die „*Schönheit der modernen Weiblichkeit [... im] Wunsch*

⁷⁷⁴ Vegrová kritisierte die Anordnung und appellierte in ihrem Text an die Solidarität von Frauen. Vegrová, Míla: *Solidarita žen*. In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 10, (15.3.) 1934, S. 28.

⁷⁷⁵ Schieszlová, Olga: *Mladá žena československá 1938*. In: *Eva*, Jg. X, Nr. 10, (15.3.) 1938, S. 12.

⁷⁷⁶ 1945 wurde die *Tschechoslowakische sozialistische Republik* gegründet, 1948 kamen durch einen Putsch die Kommunisten an die Macht. In einem sozialistischen Land war Arbeit nicht nur ein Recht, sondern auch eine Pflicht. Somit waren die Frauen, die sich für eine Familie entschieden, einer nicht immer freiwilligen Doppelbelastung, bestehend aus Beruf und Familie, ausgesetzt.

⁷⁷⁷ Vgl. Grexa, Ján: *Športové a telovýchovné spolky ako súčasť formovania občianskej spoločnosti*. In: Mannová, Elena (ed.). *Meštianstvo a občianska spoločnosť na Slovensku 1900 - 1989*. AEP Bratislava, 1998, S. 231 - 243.

⁷⁷⁸ Vgl. Vojta, Pavel: *Tenis*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 11, (15.4.) 1929, S.2. Und: Anonym: *Golf. Sport moderní ženy*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 20, (1.9.) 1929, S. 5.

nach Harmonie des Körpers und im Rhythmus der Zeit [verborgen ist]⁷⁷⁹. Im tschechischen Feuilleton wird die *Moderní žena* – ähnlich wie im deutschen – sowohl als passive Zuschauerin als auch als aktiv Sporttreibende dargestellt. Man konnte sie in der Zuschauertribüne beim Boxkampf antreffen genauso wie in der Sporthalle an den Gerätschaften.⁷⁸⁰ Dass der Sport eine verbreitete Modeerscheinung war, bestätigt das folgende Zitat:

*„Es gibt nur wenige Frauen, die heute keine Sportart treiben würden. Der Sport wurde zur großen Mode für Reiche und Arme ohne Unterschied. Und da er Mode ist, wird er auch von Frauen betrieben, die keine Bedingungen dafür haben, eventuell auch gar keine Beziehung dazu, die einfach das tun, was alle tun und was Mode ist.“*⁷⁸¹

In einem anderen Feuilleton wird der Umstand thematisiert, dass die Frau, die Sport treibt, eine ungewöhnliche, aber trotzdem positive Erscheinung sei: *„Die Frau im Sport ist das gleiche, wie ein schwächlicher Poet in einem Eisenwerk: etwas Sonderbares, aber dennoch auf dem richtigen Platz.“*⁷⁸²

Neben den klassischen Sportarten wie Gymnastik, Tanz, Schwimmen oder Tennis entdeckten Frauen, die es sich leisten konnten, eine exklusive Sportleidenschaft: den Automobilismus. (Sie blieben allerdings – genau wie in der Weimarer Republik – in der Minderheit.) Das Automobil war weitaus mehr als ein Verkehrsmittel, es war ein Symbol für die urbane Lebensweise, für Individualität, Freiheit und Geschwindigkeit (vgl. Kapitel 4). Die Frau zähmte die Maschine und stärkte damit ihr Selbstbewusstsein. Wie sehr der Automobilismus bzw. der Sport im Allgemeinen nicht nur das Aussehen, sondern auch das Wesen der *Moderní žena* prägte, verdeutlicht das folgende Zitat:

„Anka ist durch und durch ein moderner weiblicher Embryo. Sie läuft fast genau so schnell wie Nurmi, reitet fast genau wie Poppler, ist eine fast so gute Eisläuferin wie Sonja Henie, schwimmt fast wie eine Meerjungfrau, sie tanzt fast so wie die berühmte Käthe mit dem

⁷⁷⁹ Šnobl, Jan: a. a. O., S. 19. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „[...] krása moderního ženství. [...] Jest skryta v touze po harmonii těla a rytmu doby.“

⁷⁸⁰ Vgl. Šubrtová, Marie: *Srdce ženy* k.o. In: Eva, Jg. IV, Nr. 10, (15.3.) 1932, S. 9. Und: Broftová, Máša: *Eva všemi sporty*. a. a. O.

⁷⁸¹ St. J.: *Sport v módě a móda ve sportu*. In: Eva, Jg. II, Nr. 7, (1.2.) 1930, S. 12. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Je málo žen, které by dnes nepěstovaly ani jeden sport. Sport se stal velkou módou pro bohaté i chudé bez rozdílu. A protože to je móda, pěstují jej i ženy, které k němu nemají žádné podmínky, ba snad ani žádné vztah, které prostě dělají to, co dělají všechny a co je v módě.“

⁷⁸² Slípka, H.: *Ať žije jaro ve sportu!* In: Eva, Jg. I, Nr. 11, (15.4.) 1929, S. 12. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Žena ve sportu je tím, čím útlý básník v ocelové továrně: něčím velmi zvláštním, ale přece na svém místě.“

Teufel [...]. Anka ist ein vielseitiger Sportfanatiker – aber eine Leidenschaft überwiegt bei ihr – und zwar der Automobilismus.“⁷⁸³

Im Ganzen ist die Anzahl der Feuilletons und Bilder, die von Sportlerinnen und Autofahrerinnen handeln, in *Eva*⁷⁸⁴ ähnlich groß wie in den deutschen Zeitschriften. Gleiches gilt für *Lidové noviny*⁷⁸⁵. Genau wie in den deutschen Zeitschriften symbolisiert die Autofahrerin auch in *Eva* die *Moderní žena* schlechthin. Das Automobil repräsentiert nicht nur ihre persönliche Freiheit, sondern ihre insgesamt positive Beziehung zu technischem Fortschritt und modernem Lebensstil.

8.3.4 Der Glanz⁷⁸⁶

Das Kino war in der ČSR von genauso großem Einfluss wie in Deutschland – und eine ebenso beliebte Freizeitbeschäftigung. Das folgende Gedicht des berühmten Lyrikers Vítězslav Nezval beschreibt seine Anziehungskraft besonders treffend:

„Das Kino gleich am Freitag Abend/
Zwingt mich zum frommen Niederknien/
In den modernen Katakomben des Tages/
Am Sonntag Einlass schon ab Eins.“⁷⁸⁷

Die ČSR war – ähnlich wie die Weimarer Republik – nicht nur Filmimporteur, sondern auch Filmproduzent. Im neuen exklusiven Viertel von Prag – in Barrandov – wurden Anfang der 1930er-Jahre die bis heute existierenden *Filmstudios Barrandov* gegründet. Obwohl die tschechoslowakische Filmproduktion schon seit den 1920ern florierte, reichte die heimische Produktion nicht aus, um den Bedarf des Publikums

⁷⁸³ Niellannová, Míla: *Láska a zpáteční rychlost*. In: *Eva*, Jg. III, Nr. 10, (15.3.) 1931, S. 4. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Anka je veskrze moderní ženský embryo. Běhá skoro jako Nurmi, jezdí na koni skoro jako Poppler, bruslí skoro jako Sonja Henie, plave skoro jako mořská panna, tančí skoro jako ona pověstná Káča s čertem [...]. Anka je všestranný sportovní zuřivec – jedna vášeň v ní však převládá – a tou je automobilism.“

⁷⁸⁴ Vgl. Junková, Eliška: *Automobil sbližuje lidi i kraje*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 4, (1.1.) 1929, S. 14. Und: Rivers, Odette: *Ženy a auta*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 16, (1.7.) 1929, S. 20. Und: Švejdová, N.: *Ženy v autosalonu*. In: *Eva*, Jg. III, Nr. 2, (15.11.) 1930, S. 4. Sowie: Hajšmanová, D. (Ing.): *Dáma za volantem a pod vozem. Troška povídaní o automobilismu a jeho obsluze*. In: *Eva*, Jg. X, Nr. 15, (1.6.) 1938, S. 11.

⁷⁸⁵ Hier insbesondere: Ma-Fa: *Auto 438.463*. In: *LN*, 8.5.1925, MA. Die Journalistin Marie Fantová berichtet in diesem Artikel begeistert von ihrem USA-Aufenthalt und die Freuden des Autofahrens.

⁷⁸⁶ Der Begriff wurde übernommen von: Keun, Irmgard: *Das kunstseidene Mädchen*. List Verlag München, 2003, S. 94.

⁷⁸⁷ Nezval, Vítězslav: *Černá hodnka v biografu*. In: *LN*, 1.1.1933, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Biograf ihned v pátek večer / mně nutí abych zbožně klečel / V moderních katakombách dne / V neděli vstup již od jedné.“

zu decken. Auch aus diesem Grund importierte man US-amerikanische, deutsche und französische Filme.

Wie hoch der Anteil ausländischer Filme war, bezeugt ein 1933 in *Lidové noviny* erschienener Artikel, in dem über das Dilemma des Filmimports gesprochen wird. Weil mit den USA keine Einigung über das Importkontingent getroffen werden konnte, hatten die Amerikaner ihren Import in die ČSR eingestellt. Und wie sich der deutsche Film nach Hitlers Machtübernahme entwickeln würde, konnte man nicht einschätzen: „[D]ie Aussichten darauf, dass der deutsche Film vom Hakenkreuzlerstiefel verschont bleibt, [sind] sehr gering“, hieß es deshalb 1933 in *Lidové noviny*. Folglich stand die tschechoslowakische Kinowirtschaft plötzlich vor einem ernsthaften Problem. Die Situation stabilisierte sich aber allmählich. Denn die Deutschen produzierten weiterhin Unterhaltungsfilme, die im Ausland verkäuflich waren. Wie Kinoprogramme aus der Zeit nach 1933 bezeugen, wurden weiterhin deutsche Filme in die ČSR importiert.⁷⁸⁸

Die Menschen in der Tschechoslowakei schwärmten für die gleichen internationalen Stars wie die Menschen in Deutschland. Sie lachten über Charlie Chaplin und weinten mit Greta Garbo. Der vom Film propagierte moderne Lebens- und Modestil wurde zum allgemeingültigen Vorbild. Die Wechselwirkung von Kino und Presse führte dazu, dass die im Film gezeigten Lebenskonzepte auch vom Feuilleton aufgenommen wurden. Die Kinostars wurden zu Ikonen der Modernität und zu Aushängeschildern der Magazine, in denen man sie und ihren Lebensstil zelebrierte. Dies ist in den deutschen Zeitschriften wie auch in *Eva* deutlich zu sehen. Von Hollywood aus wurde ein genormtes Schönheitsideal propagiert, das in Europa jeder Frau als Pflicht galt, die sich als *modern* verstand. Genau diesen Prozess hält der Filmkritiker Jan Kučera fest:

*„Das Ideal der weiblichen Schönheit wird vom Kino nicht nur geschaffen, sondern auch ausgeschöpft und verworfen. Das Merkwürdigste daran ist, dass den Frauenkult, der europäischen Ursprungs ist, heute allein Amerika bestimmt. Es diktiert der Menschheit, und am erfolgreichsten dem Europäer, den Geschmack in der Liebe und den Gegenstand seiner erotischen Sehnsucht.“*⁷⁸⁹

⁷⁸⁸ Im Dritten Reich wurden für den eigenen Markt, aber auch für das Ausland Filme produziert, die keine Propagandafilme im klassischen Sinne waren, sondern Spielfilme unterhaltender Natur. Es handelte sich meist um Melodramen und Komödien. Vgl. Schebera, Jürgen: *Damals in Neubabelsberg... Studios, Stars und Kinopaläste der zwanziger Jahre*. Edition Leipzig, 1989, S. 128 -135. Auch: Rother, Rainer: *Die Effekte der Unterhaltung*. In: Jacobsen, Wolfgang: *Babelsberg das Filmstudio*. Argon Berlin, 1992, S. 175 - 204.

⁷⁸⁹ Kučera, Jan: *Záře holywoodských hvězd*. In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 19, (1.9.) 1934, S. 4. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Ideál ženské krásy nejen tvoří, nýbrž*

Prag – ähnlich wie Berlin Zentrum der Filmindustrie – war Anziehungspunkt für viele junge Frauen, die auf eine Filmkarriere hofften. Es gab viele bekannte Schauspielerinnen, aber gab es in der ČSR auch Stars? Diese Frage stellt sich 1932 Otto Rádl in einem Text und kann sich letztlich nur darüber beklagen, dass es in Prag zwar viele hübsche und elegante Frauen gäbe, Stars aber fehlen. Seiner Ansicht nach war die Schauspielerin Anny Ondráková, die „[...] *hübsch und reizend und gymnastisch geschult, schlank und elegant*“⁷⁹⁰ war, die Einzige, die diesem Status entsprechen konnte. Ondráková gelang als einzigem tschechoslowakischen Star der internationale Durchbruch. 1927 drehte sie sogar mit Alfred Hitchcock. 1933 heiratete sie den deutschen Boxmeister Max Schmeling und siedelte endgültig nach Deutschland über.

In diesem Zusammenhang drängt es sich geradezu auf, danach zu fragen, was einen richtigen Filmstar überhaupt auszeichnet. Rádl war 1932 der Ansicht, die Filmindustrie bräuchte

*„ein Mädchen mit tadellosem, vollkommenem Gesicht, mit dunklen und ausdrucksvollen Augen, schlank und ideal gewachsen, mit wunderschönen Beinen, das natürlich sprechen, erträglich singen, gut tanzen, falls notwendig Auto fahren, Ski laufen oder reiten könnte – und die dazu noch etwas von dem undefinierbaren Zauber und weiblichen Reiz hätte, den die Amerikaner mit den Worten von Elinor Glyn als: ‚sex-appeal‘ bezeichnen. Das gibt es bei uns einfach nicht.“*⁷⁹¹

Der Star verfügte also über die gleichen Qualitäten, die der *Moderní žena* und der deutschen *Neuen Frau* zugeschrieben wurden: perfektes Aussehen gepaart mit einer entsprechenden Selbstdarstellung, einer großen Portion Selbstbewusstsein sowie einer notwendigen Portion Sportlichkeit und nicht zuletzt *Sex-Appeal*. Der *moderne* urbane Frauentypus war vielseitig und vital. Es war die Wechselwirkung von Kino und Presse, die ihn in der Zwischenkriegszeit zum universellen Vorbild für *Modernität* emporhob.

i vyčerpává, nastoluje i svrhává kino. Při tom je nejpodivuhodnější, že v kultu ženy, který je původu evropského, rozhoduje dnes jedině Amerika. Ta diktuje lidstvu a nejúčinněji Evropanovi vkus v lásce a předmět erotické touhy.“

⁷⁹⁰ Rádl, Otto (Dr.): *Máme filmovou hvězdu?* In: *Eva*, Jg. IV, Nr. 5, (1.1.) 1932, S. 21.

Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „[...] *hezká a roztomilá, mrštná a gymnasticky školená, štíhlá a elegantní*.“ Rádl sah in dem „Sternchen“ Ella Šárková das Potential zu einem Star. Doch obwohl sie bis 1938 bereits in einer Reihe von Filmen mitgespielt hatte, blieb ihr der prophezeite Starruhm versagt.

⁷⁹¹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Potřebuje děvče bezvadně dokonalé tváře, tmavých a výrazných očí, štíhle a dokonale rostlé, skvělých nohou, která by uměla přirozene mluvit, snesitelně zpívat, dobře tančit, v případě potřeby řídit auto, jezdit na lyžích nebo na koni – a která by k tomu ke všemu měla ještě něco z onoho nedefinovatelného kouzla a z ženského půvabu, jež Američané počali nazývat slovem spisovatelky Elinor Glynové: ‚sex-appeal‘. Toho u nás prostě není.*“

Nach der Auflösung der Republik und der Bildung des deutschen Protektorats Böhmen und Mähren kam es zur *Gleichschaltung* der tschechischen Filmindustrie. In Prag wurden Unterhaltungsfilme fürs *Dritte Reich* gedreht.⁷⁹² Tschechische Schauspielerinnen wie Adina Mandlová, Lída Baarová und Nataša Gollová erlangten – aufgrund ihrer Mitwirkung in solchen Produktionen – Ende der 1930er- und in den 1940er-Jahren einen Starstatus. Ihr *Arrangement* mit dem deutschen Regime sollte ihnen nach 1945 zum Verhängnis werden; sie galten in den Augen der Nachkriegsgesellschaft als Kollaborateurinnen, wurden verurteilt, konnten nicht mehr drehen oder mussten gar die Republik verlassen. Ähnlich wie im Falle Leni Riefenstahls kam es erst in den letzten Jahren zu Versuchen, diese Schauspielerinnen objektiver zu bewerten.⁷⁹³

8.4 *Nové děvče (das Neue Mädchen) und das Girl*

In den 1920er-Jahren änderte sich in der ČSR das weibliche Idealbild radikal. Zum Idol wurde ein *neuer* Typ Frau, der im Sinne der griechischen *Kalokagathia* die körperliche, moralische und geistige Vollkommenheit verkörperte. Dieser Frauentypus repräsentierte den *neuen*, d. h. *modernen* Menschen. „Zum Vorbild der Zeit wurde eine *harmonische Persönlichkeit, ausgestattet mit tüchtigem Körper, Ethik und Intellekt*.“⁷⁹⁴ 1920 heißt es in *Eva*, dass „*Mädchen der neuen Art*“⁷⁹⁵ heranwachsen würden, in denen sich – im Gegensatz zum traditionellen Frauentypus – etwas „*Neues*“⁷⁹⁶ regen würde. Dies manifestierte sich darin, den Herausforderungen des Industriezeitalters mit Bereitschaft und Selbstbewusstsein zu begegnen. Jene Mädchen drangen in Männerdomänen ein, lernten es, bei der Arbeit, im Haushalt sowie in der Freizeit die Technik zu beherrschen, und verfolgten beharrlich die eigene Lebensplanung.

Die Körpergestaltung, die in den 1920ern in Mode kam, wurde zum wichtigen Ausdrucksmittel der deutschen *Neuen Frau* sowie der tschechoslowakischen *Moderní*

⁷⁹² Vgl. Motl, Stanislav: *Mraky nad Barandovem*. Rybka Publishers Praha, 2006.

⁷⁹³ Vgl. Frajs, Josef: *Trojhvězdi nesmrtelných. Tragické osudy největších filmových hvězd. Lída Baarová, Adina Mandlová, Nataša Gollová*. Formát Praha, 1998. Und: Tabášek, Arnošt: *Adina Mandlová. Famy a skutečnost*. Formát Praha, 2003.

⁷⁹⁴ Šnobl, Jan: a. a. O., S. 19. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Vzorem doby se stala harmonická osobnost vybavená zdatností těla, etikou a intelektem*.“

⁷⁹⁵ Sokol, S.: *Děvčata*. In: *LN*, 19.8.1920, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*nového rázu*.“

⁷⁹⁶ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*[...] Protože jak se dívám po děvčatech nic se neusmíváte je to můj osud, vidím, že se v nich něco nového děje. Jsou děvčata, takový valutový materiál, kterým poměry zmítají, a jehož kurs si libovolně určují, ale rostou již i jiná, nového rázu*.“

žena. Der Maßstab war in beiden Ländern identisch: „*Das Schönheitsideal stellt die jugendliche, sportliche, gebräunte Frau mit festem schlankem Körper und kurzen Haaren dar.*“⁷⁹⁷ Dem Trend der Zeit entsprechend trainierte, formte und pflegte die Frau ihren Körper. Wie viel Aufmerksamkeit diesem Thema gewidmet wurde, bezeugen – ähnlich wie in den deutschen Zeitschriften – in *Eva* zahlreiche Werbungen für Cremes, Wässerchen oder Massageprodukte von namhaften Kosmetikunternehmen, darunter beispielsweise die Marken *Astor*, *Elida* oder *Kaloderma*. Für das „*Mädchen der neuen Art*“ war die Körperpflege aber kein Selbstzweck, sie war ein natürlicher Bestandteil ihres harmonischen Wesens.

Dass die „*Mädchen der neuen Art*“ – anders der traditionelle Frauentypus – selbstbewusst und unabhängig waren, zeigte sich auch in ihrem Verhältnis zu den Männern, zu denen sie sachliche und kameradschaftliche Beziehungen pflegten:

„*Aufrecht, mit genauen und energischen Bewegungen, mit mutigem und geradem Blick. Sie flirten nicht, weil es dumm ist, sie lernen nicht kokett die Augen zu senken, weil es überflüssig ist, denn sie haben gelernt, mit den Jungs brüderlich frei umzugehen, und sie sind eher bereit, mit ihnen zu kämpfen, als sie mit sich spielen zu lassen.*“⁷⁹⁸

Das gepflegte Äußere diente zwar dazu, die *moderne* Weiblichkeit zu betonen, doch sollte es nicht als Waffe im Kampf um den Mann, sondern um den Arbeitsplatz eingesetzt werden. Die „*Mädchen der neuen Art*“ übernahmen – im Gegensatz zu ihren Vorgängerinnen – selbst die Verantwortung für ihr Leben. Mit anderen Worten ausgedrückt:

„*Sie gehen nicht ins Leben hinaus wie Prinzessinnen, denen das Glück sicher irgendwo begegnen wird, sondern suchen gern ihren eigenen Weg und geben sich auch mit weniger königlichen Wegen zufrieden.*“⁷⁹⁹

Gerade jenes *Nové děvče* (*Neue Mädchen*) verkörperte die *neue* Gesellschaft und demonstriert gleichzeitig deren Überlebensfähigkeit.

Im Gegensatz zum *Nové děvče* repräsentierte das *Girl* dagegen – in der ČSR wie in Deutschland – einen Trend, dessen Lebensdauer auf die 1920er Jahre begrenzt

⁷⁹⁷ Šnobl, Jan: a. a. O., S. 19. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Ideál krásy představuje mladistvá, sportovní, opálená žena s pevným štíhlým tělem a krátkými vlasy.*“

⁷⁹⁸ Sokol, S.: a. a. O. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Vzpřímená, určitých a energických pohybů, s pohledem kurážným a přímým. Neflirtují, protože je to zbytečné, neboť se naučili s hochy bratrsky volně vycházet a jsou ochotny spíš se s nimi pořvat, než dát si s sebou zahrát.*“

⁷⁹⁹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Do života nejdou jako princezny, které potká jistě někde štěstí, ale hledají si chutě cestu na svůj vlastní vrub a spokojují se i s cestami nekrálovskými.*“

blieb. Auch in der ČSR galt das *Girl* als *amerikanischer* moderner Typ. In *Eva* wird vom *Girl* oder auch vom „*sporting girl*“⁸⁰⁰ gesprochen. 1934 wird das *Girl* als moderner Frauentyp beschrieben, der zwar ursprünglich der Revue entstammte, jedoch auch im realen Leben verbreitet war. Charakterisiert wurde es mit ironischem Unterton als

„Mädel in irgendeinem bunten Kleid, das zwar nackte Waden hat und Strümpfe in Form einer Wurst um die Knöchel trägt, aber um den Hals hat es ein sorgfältig umgebundenes Seidenhalstuch [...]. Die Haare sind zwar gebleicht, aber immerhin sind es Haare. [...] Augenbrauen hat das *Girl* keine. [...] Und jetzt zu der Hautfarbe: Es gibt heutzutage nur eine, die erlaubt ist, die wahrscheinlich ein Beduine hat, der an zu starker Durchblutung stirbt.“⁸⁰¹

Der sehnlichste Wunsch eines *Girls* war es, eine Schauspielerin, also eine Künstlerin, zu werden; dafür tat es alles. Nach der Heirat jedoch war der Traum dahin – und auch das *Girl* selbst. Doch bis dahin verstand es das typische *Girl*, sein Aussehen gekonnt und zielsicher zu seinem Vorteil einzusetzen. Es spielte mit seinem mädchenhaften Image, war aber durchaus eine Frau, die wusste, was sie will und wie dies zu bekommen war. Miloš Bloch drückt es sehr treffend aus, indem er schreibt, dass *Girls* „aus Sympathiebekundungen Business machen können“⁸⁰².

1928 erschien in *Eva* ein Porträt von Anita Loos und ein Bericht über ihr Buch *Gentlemen prefer Blonds* von 1925. Im folgenden Jahr veröffentlichte die Zeitschrift eine Fortsetzungsreihe von Mária Broftová mit dem Titel *Muži jsou šizeni blondýnkami* (*Männer werden von Blondinen getäuscht*), die sehr an Anita Loos' Buch *Blondinen bevorzugt* erinnert. Die Heldin ist eine *moderne*, sachlich denkende junge Frau, die zwar rothaarig ist, aber ihrem Wesen nach eine „*blonde Lorelei*“. Es heißt sogar: „*Marieta muss keine Amerikanerin sein, um neben vielerlei anderen Dingen zu wissen, dass die Herren Blondinen bevorzugen.*“⁸⁰³ An der Figur der Marieta wird illustriert, dass die selbstbewusste, pfiffige Frau, die ihre Reize einsetzt, um zu bekommen, was sie will, ein universeller Typus war. Da die Bezugsgröße aber auch in diesem Fall *die Amerikanerin* ist, bestätigt sich dennoch erneut, dass sie das Urbild dieses Typus' war.

⁸⁰⁰ Wenig, Jan: *Tančíte?* In: *Eva*, Jg. I, Nr. 2, (1.12.) 1928, S. 17.

⁸⁰¹ Geyp, R. E.: *Girl*. In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 14, (15.5.) 1934, S. 15. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „[...] holčina v nějakých pestrých šatech, která má sice lýtko nahá a punčochy v podobě klobásky stočené kolem kotníků, ale kolem krku má pečlivě uvázaný hedvábný šátek [...] Vlasy sice odbarvené, ale přece jen vlasy. [...] Obočí *girl* nemá. [...] A nyní k barvě pleti. Je dnes jenom jedna, která je dovolena a to je barva jakou má tak asi beduin, který umírá na překrvení.“

⁸⁰² Bloch, Miloš: *Američanky, jež jsem kdy znal*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 1, (1.11.) 1929, S. 18. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Dovedou dělati business z projevu sympatie.“

⁸⁰³ Broftová, Mária: *Muži jsou šizeni blondýnkami*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 1, (1.11.) 1929, S. 14.

Das geschminkte Gesicht war ein wichtiges Charakteristikum der *Neuen Frau* (vgl. Kapitel 4). Wie bereits betont, wurde dieses Indiz bevorzugt im Zusammenhang mit *der Amerikanerin* thematisiert und somit als typisch *amerikanisch* betrachtet. Durch eine derart standardisierte Ästhetik, wie sie das Schminken letztendlich darstellte, demonstrierte das *Girl* seine Zugehörigkeit zum Mainstream. Seine Schönheit war künstlich:

*„Im Allgemeinen erweckt es den Anschein, dass das Girl alles, was die Natur klug und schön eingerichtet hat, zerstört, wendet und ändert, um bloß nicht seinem ursprünglichen Aussehen zu ähneln.“*⁸⁰⁴

Natürlichkeit war unmodern, modern dagegen die gemachte Schönheit, wie sie die amerikanische *Self-Made-Beauty* repräsentierte. Dass das Schminken ein universeller Trend der 1920er-Jahre war, dem sich auch die *Moderní žena* unterwarf, davon zeugt das folgende Zitat von 1930: *„Früher sagte man: ‚Sie sehen gut aus.‘ Heute kann man sagen: ‚Sie können sich wunderbar schminken.‘“*⁸⁰⁵ Die Vereinheitlichung des Schönheitsideals wurde vom Kino lanciert und durch die Kosmetikindustrie möglich gemacht: *„Es war so leicht, sich dem Vorbild anzupassen, und so saßen im Kino, bevor es dunkel wurde, dutzende Bessies, die jene nachahmten, die letzte Woche mit langen Wimpern auf der Leinwand klimperte.“*⁸⁰⁶ Die zurechtgemachten Gesichter glichen einander derart, dass jegliche Individualität unterdrückt wurde.

Im tschechischen Feuilleton waren die Meinungen einheitlich: Das *Girl* verkörperte die einheitliche, „dumpfe“ Masse, das *Nové děvče* hingegen das Individuum. Das *Girl* war künstlich, das *Nové děvče* hingegen natürlich und verkörperte dadurch eine Einheit von Ethik und Ästhetik. Deutlich wird das z. B. in der folgenden Aussage von Milena Marková, die das *Nové děvče* dazu aufruft, die oberflächliche Schönheit abzulehnen, die aus Amerika stamme und von den *Girls* verkörpert werde:

„Zwingt euch nicht ins kopflose keep smiling, das uns von Amerika aufgezwungen wurde, wenn euch zum Weinen zumute ist. Vom Äußeren dringt die Ausgeglichenheit nicht ins

⁸⁰⁴ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Vůbec připadá Vám, že všechno, co příroda moudře a krásně zařídila, girl ničí, obrací a mění, jen aby nebyla podobna svému někdejšímu obrazu.“*

⁸⁰⁵ Světníčková, Marie (Mudr.): *Studie kosmetiky*. In: *Eva*, Jg. III, Nr. 1, (1.11.) 1930, S. 28. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Dříve se říkalo: ‚Vy dobře vypadáte.‘ Dnes se může říci: ‚Vy se umíte mistrovsky namalovat.“*

⁸⁰⁶ Marková, Milena: *Dívka hledá svoje já*. In: *Eva*, Jg. VII, Nr. 6, (15.1.) 1935, S. 8. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Bylo tak lehké dosáhnout vzorů a tak v biografu před setměním seděly tucty Besí, která minulý týden vlála dlouhými řasami na plátně.“*

*Innere, und das unbewegliche Lächeln von Girls halten wir schon lange nicht mehr für schön.*⁸⁰⁷

Sie fordert gleichzeitig vom *Nové děvče*, dass es in sich hineinschaue, um die natürliche Schönheit zu entdecken, die nicht uniform sein könne, denn es „*gibt keine Schönheit ohne Individualität*“⁸⁰⁸. Daraus geht hervor, dass man das *Girl* nur als eine Mode verstand, das *Nové děvče* aber weitaus mehr repräsentieren sollte als einen Trend, es symbolisierte die *neue* tschechoslowakische Gesellschaft. Für treffend halte ich deshalb die folgende Feststellung: „*Diese Mädchen werden ihren Weg schon finden. Auch ohne Klassen- und Standesorganisation. Sie sind mehr als eine neue Mode, sie sind eine neue Kraft.*“⁸⁰⁹ Und das galt nicht nur zu Anfang der 1920er-, sondern durchgehend auch für die 1930er-Jahre.

8.5 Die Amerikanerin als Emanzipationsmodell

Ähnlich wie die deutschen Zeitschriften bot auch *Eva* dem Phänomen der *Amerikanerin* viel Raum. Und auch die stereotypen Vorstellungen über dieses Phänomen in *Eva* sind vergleichbar mit jenen der deutschen Quellen. *Die Amerikanerin* verkörperte den Prototyp der emanzipierten urbanen Frau. Ihr Einfluss auf die US-amerikanische Gesellschaft und Kultur galt als prägend, was sie zum Vorbild machte.

Im Gegensatz zu den deutschen Zeitschriften konzentrierten sich die Beiträge in *Eva* allerdings nicht nur auf Schauspielerinnen und das gesellschaftliche Leben von Amerikanerinnen, sondern verstärkt auch auf deren Bildung, Arbeit und Lebensstil. Sie galten als Leitfiguren für die Frauenbewegung und die Aktivität von Frauenorganisationen⁸¹⁰, aber auch für das Alltagsleben, was beispielsweise an der Diskussion über die US-amerikanische Haushaltsführung zu sehen war. Das bestätigt auch die folgende Aussage von 1928:

⁸⁰⁷ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Nenutě se do bezhlavého keep smiling, které nám namluvili z Ameriky, chce-li se vám v hloubi duše brečet. Z vñejšku nepřijde nikdy vyrovnanost dovnitř, a nehybné úsměvy girls nepovažujeme už dávno za krásu.*“

⁸⁰⁸ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*[...] není krásy bez individuality.*“

⁸⁰⁹ Sokol, S.: a. a. O. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Tato děvčata si svůj kurs již upraví. I bez třídní a stavovské organizace, neznamenaají novou modu, nýbrž sílu.*“

⁸¹⁰ Anonym: *Ženské spolky v Americe*. In: *Eva*, Jg. IV, Nr. 22, (15.10.) 1932, S. 27. Und: *Ženatý, Berty: Cizí květina?* In: *LN*, 11.11.1933, MA.

„Die Amerikanerin organisiert Massenbildung, öffentliche Meinung und soziale Tätigkeit, sie ist die beste Verwalterin altruistischer Vorhaben. Sie hat Energie, eine schnelle Auffassungsfähigkeit und Methode.“⁸¹¹

In Deutschland stellte das Modell *Amerikanerin* eine Zukunftsperspektive dar, die man entschieden ablehnte. Man warf ihr vor, dass sie die Kultur in den USA niveliert habe und den Mann versklave. Die Deutschen, die sich als eine männlich geprägte Kulturnation verstanden, sahen sich von ihr bedroht. In der ČSR dagegen war *die Amerikanerin* gerade wegen ihrer Rolle als *Gründungsmutter* der US-amerikanischen Nation, die die Vereinigten Staaten von Beginn an mitgestaltete, hoch angesehen. Von dieser Idee der Amerikanerin als emanzipierte Frau schlechthin wurden die seichten *Girls* ausdrücklich getrennt. Nur vereinzelt ertönten in der ČSR die gleichen Antipathien gegenüber *der Amerikanerin* wie in den deutschen Quellen. Insgesamt führt meine Analyse vor Augen, dass das Konstrukt *Amerikanerin* das Fantasiegebilde *Amerika* repräsentierte und gleichermaßen als Modell wie auch als Gegenmodell für die *Modernisierung* in Europa diene.

8.5.1 Der amerikanische Damenklub

Das vordergründige Anliegen tschechischer Frauenvereine lag darin, Frauen in tschechischer Sprache zu unterrichten, um sie zu befähigen, die *neue* tschechische Nation zu erziehen und das nationale Bewusstsein zu stärken. Die deutschen Frauenvereine dagegen kämpften in einem national homogenen Staat vorrangig um die Erlangung von Bürgerrechten. Die Pragerdeutschen Frauenvereine orientierten sich an den deutschen Vereinen. Die tschechischen Vereine sahen ihr Vorbild hingegen in der US-amerikanischen Frauenbewegung.⁸¹²

Der bedeutendste tschechische feministische Verein war *Der amerikanische Damenklub* (*Americký klub dam*), der von dem tschechischen Patrioten Vojtěch Náprstek gegründet wurde. Náprstek war ein gebildeter und viel gereister Mann, der von der Gleichberechtigung von Frauen und Männern überzeugt war. Er hatte einige Jahre in den USA verbracht und hielt nach seiner Rückkehr Vorlesungen, in denen er über die verschiedenen Aktivitäten von Frauen in den USA, aber auch in

⁸¹¹ Strowski, Forunat: *Americká žena*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 1, (15.11.) 1928, S. 22. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Američanka organizuje hromadnou výchovu, veřejné mínění, sociální činnost, je nejlepší správkyní altruistických podniků. Má energii, bystrý postřeh a metodu.*“

⁸¹² Vgl. Horská, Pavla: *Žena v Praze na přelomu 19. a 20. století*. In: Ledvinka, Václav; Pešek, Jiří: a. a. O., S. 195 - 201.

England und Frankreich informierte. Er propagierte moderne Haushaltsgeräte, die auch die Hausarbeit der tschechischen Frauen erleichtern sollten. Er war fest davon überzeugt, dass Frauen nicht nur die Fähigkeit zur Haushaltsführung, sondern noch viele andere Fähigkeiten hätten. Náprstek war bestrebt, *„die tschechische Frau zu einer solch hohen gesellschaftlichen Nützlichkeit zu erheben, wie sie die amerikanischen Frauen erreichten“*⁸¹³. Zu diesem Zwecke gründete er 1865 den *„Amerikanischen Damenklub“*.

*„Mitglieder des Klubs sind fast alle erwachsenen und jugendlichen Angehörigen aus bedeutenden tschechischen Familien geworden, Frauen und Töchter von tschechischen Politikern, Schriftstellern, Journalisten und Intellektuellen.“*⁸¹⁴

Zu den wichtigsten Absichten des Klubs zählte es, Bildung und Philanthropie zu vermitteln, den technischen Fortschritt im Haushalt zu befördern sowie den Schutz von Kindern und Jugendlichen zu unterstützen. Der Klub war nicht nur ein Veranstaltungsort, ihm stand auch eine Bibliothek zur Verfügung. Die Damen widmeten sich dem Gesang, dem Fremdsprachenerwerb und hatten sogar die Möglichkeit, sich in einer Privatturnhalle sportlich zu betätigen. Nicht nur Männer, sondern auch Frauen hielten hier Vorträge, so z. B. eine der ersten tschechischen Ärztinnen, Anna Bayarová. Der Klub war eine Privateinrichtung. Während des Ersten Weltkriegs wurde seine Tätigkeit eingeschränkt. Nach Kriegsende griff er seine Aktivitäten wieder auf und verfolgte diese bis 1941.⁸¹⁵

Die Gründung des *Amerikanischen Damenklubs* war von großer Bedeutung für den Emanzipationsweg der tschechischen Frauen, denn der Klub vermittelte ihnen neue Ansichten bezüglich der Rolle der Frau in einer modernen Industriegesellschaft. Das Wissen darüber, wie Frauen in den USA ihr Leben meisterten und wie ihnen technische Errungenschaften dabei halfen, ermutigte sie dazu, die Verbesserung der eigenen Lage aktiv zu anzugehen. Denn auch wenn sich die meisten tschechischen Frauen keine modernen Haushaltsgeräte leisten konnten, wurde ihnen zumindest der Gedanke vermittelt, dass Hausarbeit nicht ihre ganze Zeit und Energie erfordern muss und dass sie die gesparte Zeit für sich selbst nutzen können. Náprstek ging es auch darum zu zeigen, dass Frauen aktiv an der Gestaltung und

⁸¹³ Lenderová, Milena: *K hříchu i k motlitbě. Žena v minulém století*. Mladá Fronta Praha, 1999, S. 240. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„[...] povznést ženu českou k té výši společenské užitečnosti, jaké dosáhli ženy americké“*.

⁸¹⁴ Ebenda, S. 241. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Členkami se stali snad všechny dospělé a dospívající příslušnice významných českých rodin, manželky a dcery českých politiků, spisovatelů, novinářů, intelektuálů.“*

⁸¹⁵ Vgl. Secká, Milena: *Americký klub dam*. In: *Národopisný časopis*, Jg. 82, Nr. 1, Praha, 1995, S. 55 - 62.

Verbesserung der Gesellschaft mitarbeiten können und sollen. Der Klub vermittelte tschechischen Frauen modernes Wissen und ermutigte sie, ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen. Er bot ihnen Inspiration, Motivation und Rückhalt auf ihrem langen Weg in ein selbstbestimmtes Leben.

8.6 Das Bild der *Amerikanerin*

Die Sichtung der Quellen brachte zutage, dass die Vorstellungen von der vermeintlich typischen Amerikanerin in der ČSR genau wie in Deutschland stets von der weißen *middle class* und *upper middle class* als Kontext ausgingen.⁸¹⁶ Die *Amerikanerin* galt als „reizend, muskulös und jung“⁸¹⁷. Egal, welcher sozialen Klasse zugehörig, ob Hausfrau, Ladenmädchen oder Geschäftsfrau, sie war stets gut zurechtgemacht.

Bezogen auf die gesellschaftliche Rolle der *Amerikanerin* war in beiden Ländern die Idee verbreitet, dass sie eine Vormachtstellung innehatte. Veranschaulicht wird dies auch durch folgendes Zitat, in dem ein vermeintlich typisches US-amerikanische Paar beschrieben wird: „*Sie eine typische Schönheit aus dem Schönheitssalon, mit roten Haaren und geschminkt, und er ein munterer Businessman.*“⁸¹⁸ Auch in der Tschechoslowakei glaubte man, dass in Amerika die „typische“ Rollenverteilung zu Gunsten der Frau ausfiel, da für sie „*die Schönheit die Hauptsorge sei; während der Mann im Geschäft schuftet, sitzt sie im Beauty-parlour*“⁸¹⁹.

Das beschriebene Paar entspricht auf den ersten Blick der traditionellen Rollenverteilung. Worin bestand also der Unterschied zwischen Amerikanerin und Europäerin?

Für das Feuilleton bestand er darin, dass die *Amerikanerin* eine Sonderposition innehatte, die ihr gestattete, auf das geistige, kulturelle und gesellschaftliche Leben

⁸¹⁶ Minderheiten, wie beispielsweise die Afroamerikanerinnen, galten als exotische Schönheiten und lagen somit jenseits des klassischen Schönheitsideals. Vgl. Thelenová, Silva: *Černošská studentka v ČSR*. In: *Eva*, Jg. X, Nr. 7, (1.2.) 1938, S. 13. Dieser Artikel widmet sich einer afroamerikanischen Lehrerin, die einen Studienaufenthalt in der ČSR absolvierte. Dabei wird betont, wie gut ihr die *europäische* Kleidung steht und wie schön ihr Teint aussieht. Zwar sind diese Schilderungen wohlwollend, aber sie sind gleichermaßen diskriminierend, weil sie sie zur exotischen „*Schönen*“ stilisieren. Siehe hierzu auch Kapitel 5.

⁸¹⁷ Strowski, Fortunat: a. a. O., S. 22. Übersetzung der Autorin, Originallfassung: „*půvabná, svalnatá a mladá*“.

⁸¹⁸ H. K.: *Americana*. In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 5, (1.1.) 1934, S. 24. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Ona typická americká krasavice ze salonu krásy s červenými vlasy, nalíčená, a on bodrý businessman.*“

⁸¹⁹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Pro ženu je hlavní starostí její krása; zatím co muž se dře v obchodě, sedí žena v Beauty-parlour.*“

in ihrem Land Einfluss zu nehmen. Daher deutete man den Umstand, dass sie sich hübsch machte, während der Mann arbeitete, als Zeichen ihrer Macht. Es handelte sich bei solchen Interpretationen aber nicht um Beschreibungen der Realität, sondern um die Imagination gesellschaftlicher Positionen: der Mann war darin der harte Geschäftsmann, die Frau ein hübscher *Vamp*. Bei derartigen Deutungen fällt auf, dass dem Amerikaner seine Berechenbarkeit, die er als erfolgreicher Geschäftsmann besitzen muss, als Vorteil ausgelegt wird, während sie der Amerikanerin als Laster vorgeworfen wird. Dies macht deutlich, wie ambivalent die Wahrnehmung der US-amerikanischen Frau war. Einerseits wurde sie als verhängnisvoller *Vamp* verurteilt, andererseits galt sie als starke, unabhängige und vollkommen emanzipierte Frau.

8.6.1 „Die Karriere der Amerikanerin und der Frau überhaupt“

In den USA sah man es als Aufgabe der Bildung an, junge Frau zu einer harmonischen und „wahren Persönlichkeit“⁸²⁰ zu erziehen. Praxisorientierter Unterricht vermittelte der jungen US-Amerikanerin den Wert des Geldes, die Grundlagen von Haushaltsführung und Kindererziehung, sportliche Ertüchtigung sowie Kenntnisse über das Sexualleben. Die Massenbildung in den Vereinigten Staaten erschuf auf diese Weise moderne Menschen, die selbstbewusst, gut informiert und praktisch veranlagt, also insgesamt geeignet waren, den modernen Alltag zu meistern.

*„Von der Schule und dem Studium erwarten sie keine speziellen Kenntnisse, um einen Stempel zu bekommen, dass sie zu den Gebildeten gehören. Die Schule soll sie lehren, wie sie schnell und mit Witz ihren Geist und ihre Intelligenz einsetzen, sie soll ihnen eine Arbeitsmethode vermitteln, wie sie den Dingen auf den Grund gehen, Grundkenntnisse in verschiedenen Bereichen, zusammen mit dem Interesse, in einem dieser Bereiche etwas mehr zu erfahren.“*⁸²¹

Mit derartigem Wissen ausgestattet, waren die jungen Amerikanerinnen für den Arbeitsmarkt gewappnet, denn in den USA – und dies wurde in *Eva* besonders hervor-

⁸²⁰ Maurois, André: *Americké dívčí koleje*. In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 8, (15.2.) 1934, S. 14. Vgl. auch: Zaslová, Eva: *Americká škola*. In: *Eva*, Jg. X, Nr. 7., (1.2.) 1938, S. 8.

⁸²¹ Munková, Naděžda: *Jak se připravují mladé Američanky na život*. In *Eva*, Jg. VI., Nr. 13, (1.5.) 1934, S. 11. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Od školy a od studií neočekávají řadu speciálních vědomostí jen k tomu, aby měli razítko, že patří mezi vzdělance. Škola je má naučit, jak rychle a vtipně používat rozumu a inteligence, dát jim pracovní metodu, jak se dostat věcem na kloub a základní znalosti z různých oborů spolu se zájmem, dozvědět se i v jednom z nich něco víc.*“

gehoben – ging jede Frau, ungeachtet ihrer sozialen Schicht und ihres Familienstandes, einer Beschäftigung nach.⁸²²

*„Den Mädchen in amerikanischen Colleges wird oft gesagt oder wenigstens angedeutet, dass ihnen im Leben zwei Dinge zur Auswahl stehen: ihre eigene Karriere zu haben und gleichzeitig den Haushalt, oder mit fünfundvierzig zu merken, dass sie von ihrer Familie nicht mehr gebraucht werden und somit keine Lebensfreude mehr empfinden können.“*⁸²³

Meine These von der *Amerikanerin* als globalem Emanzipationsvorbild, als Prototyp der modernen Frau, wird auch von einem Artikel bekräftigt, der 1936 in *Eva* mit dem Titel *Die Karriere der Amerikanerin und der Frau überhaupt*⁸²⁴ erschien. Er setzt sich mit den Auswirkungen der Emanzipation auseinander. Wie bereits aus dem Titel hervorgeht, dient die US-Amerikanerin dem Text als Paradebeispiel der modernen, berufstätigen Frau.

Dieses Bild wurde von den Medien dermaßen perpetuiert, dass es zu einem regelrechten Dogma wurde, das die Selbstwahrnehmung aller Frauen, die sich als modern verstanden, beherrschte. Als Beispiel für die Universalität moderner Frauenschicksale dient dem Text eine 28-jährige Angestellte:

*„Jetzt sitzt sie ständig, von morgens bis abends für die gleichen zwanzig Dollar pro Woche, hinter der gleichen Schreibmaschine, die sie so hasst, dass es sie an den Rand des Nervenkollaps bringt – sie wird aber für eine richtige Frau gehalten, da sie eine Beschäftigung hat.“*⁸²⁵

Die Angestellte entwickelt sich in der Zwischenkriegszeit zu einem universalen Typus (vgl. Kapitel 4), weshalb es keine Rolle spielt, ob es sich dabei um eine US-Amerikanerin oder um eine Europäerin handelt. Sie verkörpert die *Neue Frau*, die *Moderní žena*. Am Beispiel der Angestellten wird die Ambivalenz des modernen Frauendaseins zwischen Arbeit, Familienplanung und gesellschaftlichen Normen besonders deutlich. Gleichzeitig manifestiert sich an deren Lebensumständen, dass die USA nicht nur in vielerlei Hinsicht eine Vorbildfunktion erfüllten, sondern auch

⁸²² Im Gegensatz zu Deutschland, wo die Frauen nach der Heirat – wegen der schlechten Bezahlung und Arbeitsbedingungen – meistens im Haushalt blieben.

⁸²³ Schieszlová, Olga: *Kariéra Američanky a ženy vůbec*. In: *Eva*, Jg. VIII, Nr. 9, (1.3.), 1936, S. 8. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Děvčatům v amerických kolejích často říkají, nebo aspoň naznačují, že mají v životě dvě věci na vybranou: mít vlastní kariéru zároveň s domácností, nebo shledat ve čtyřiceti pěti letech, že už jich rodina nepotřebuje a být tak u konce životní radosti.*“

⁸²⁴ Ebenda.

⁸²⁵ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Ted' sedí stále, od rána do večera a za týchž dvadset dolarů týdně za týmž starým psacím strojem, nenávidíc ho až na pokraj nervového zhroucení – ale je považována za správnou ženu, poněvadž má zaměstnání.*“

ein lebendiges Versuchslabor darstellten, an dem man beobachten konnte, wie die *Modernisierung* – in diesem Fall die Emanzipation – in der Praxis funktionierte.

8.6.2 „Die Dämmerung der Männlichkeit“

Auch im tschechischen Feuilleton wurde häufig der Eindruck erweckt, *die Amerikanerin* würde in paradiesischen Zuständen leben. Verbreitet war obendrein die Ansicht, dass sie von den Männern äußerst zuvorkommend behandelt werden würde, was das folgende Zitat ironisierend zusammenfasst:

„In Amerika hat Gott den Mann vor der Frau erschaffen, damit die Frau, wenn sie die Augen aufmacht, eine geheizte Wohnung, warmes Wasser im Bad und ein gemachtes Frühstück vorfindet.“⁸²⁶

So schrieb beispielsweise Otakar Slavík für *Lidové noviny* einen Reisebericht, der schockierende Verhältnisse zwischen Mann und Frau in den USA aufdeckt. Es scheint dem Autor unerhört, dass sich der US-amerikanische Mann vor und nach der Arbeit um den Haushalt kümmerte, kochte (wenn auch aus der Konserve), das Kind versorgte, kurz gesagt: all das machte, was „*Frauenarbeit*“ war.⁸²⁷ Dies mag aus heutiger Sicht zum Schmunzeln anregen, aber in jener Zeit glichen derartige Umstände einer Revolution, weil sie die traditionelle Rollenverteilung aufhoben bzw. neu definierten. Gleichzeitig sind jene *amerikanischen Verhältnisse* ein weiterer Beleg dafür, dass sich in den 1920er-Jahren die Begriffe *männlich* und *weiblich* mit neuen Inhalten zu füllen begannen, was einen lebhaften Diskurs anregte, der im Feuilleton ausgetragen wurde.

Ein anderes Beispiel dafür bietet ein 1925 erschienenes Feuilleton mit dem Titel *Die Dämmerung der Männlichkeit*.⁸²⁸ Dieser Text setzt sich mit dem Begriff *Männlichkeit* auseinander. Dessen ursprüngliche Bedeutung wird vom Autor wie folgt charakterisiert: „*Die Männlichkeit figurierte in unserer Jugend als Gott der Kraft, Treue und Ritterlichkeit*.“⁸²⁹ Für die moderne Gesellschaft der 1920er konstatiert der Autor aber

⁸²⁶ Strowski, Fortunat: a. a. O., S. 22. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*V Americe stvořil Bůh muže před ženou, aby když žena otevře oči, našla již zatopeno v kamnech, teplou vodu v koupelne a připravenou snídani.*“

⁸²⁷ Vgl. Slavík, Otakar: *Dobrodružství Otakara Slavíka. XIII . Divy Ameriky*. In: *LN*, 11.2.1920, NA. Slavík, der 1920 die USA bereiste und als Gelegenheitsarbeiter tätig war, schildert hier seine Erfahrungen. Ziemlich entrüstet berichtet er vom Alltag eines Ehepaares, in dem der Mann die meisten Hausarbeiten ausführte.

⁸²⁸ Vlček, Bartoš: *Soumrak mužství*. In: *LN*, 9.1.1925, MA.

⁸²⁹ Ebenda . Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Mužství figurovalo v našem mládí jako bůh síly, věrnosti a rytířskosti.*“

einen gravierenden Wandel. Er spricht von einer „allgemeine[n] Impotenz“⁸³⁰, die durch die inhaltliche Veränderung des Begriffs *Männlichkeit* entstehe. Er behauptet, dass

*„die Komplikation der heutigen Zeit dadurch verursacht wurde, dass die Seele der Frau in männliche Körper eintrat und umgekehrt, dass das Chaos verdoppelt wurde, als die verweiblichten Männer ihre männlichen Rechte ausüben wollten, obwohl sie ihren männlichen Pflichten nicht nachkommen konnten, und als in den Frauen der Heroismus des alltäglichen Lebenskampfes geboren wurde, vor dem der Mann feige floh.“*⁸³¹

Der Verfasser räumt ein, dass die moderne Zeit neue Herausforderungen mit sich brachte, mit denen der Mann – im Gegensatz zur Frau – nicht umgehen konnte. Daher traten in der Frau *männlichen* Attribute hervor, während im Mann die *weiblichen* dominierten. Für den Autor steht zweifelsfrei fest, dass diese Entwicklung aus Amerika stammt, wo sie eine Perfektionierung erfahren habe. In dieser Überzeugung stimmt er mit jener der deutschen Feminisierungsgegner überein, wenn er schreibt:

*„Es fängt dort an, wo das Leben am jüngsten ist und wo der Typ der arbeitenden, modernen heroischen Männlichkeit so wunderbar präzisiert wurde: in Amerika. Dort, wo der Mann in einen Roboter verwandelt wurde, in eine Geldmaschine. Aber das Erniedrigende ist, dass den Hebel der Maschine die Frau in der Hand hält, die den Mann umso mehr verachtet, umso weniger sie ihn fürchtet.“*⁸³²

Dieses Zitat legt nahe, dass die deutschen und tschechischen Männer darin übereinstimmten, dass in den USA der Mann dem Regime der Frau unterlag. Gleichzeitig schien es, dass die männlichen Zeitgenossen in Europa die Frau für den „stärksten Eindruck aus Amerika“⁸³³ hielten. Man bewunderte an den Amerikanerinnen, dass sie

⁸³⁰ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „obecné impotenzství“.

⁸³¹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Komplikace dnešního stavu povstaly tím, že do mužských těl vstoupila duše ženy a naopak; a chaos se zdojnásolil, když zženštilí muži chtěli vykonávat svá práva mužská, ačkoliv nebyli právi svým mužským povinnostem, a když v ženách se začala rodit heroičnost denního životního zápasu, před nímž muž zbaběle prchl.“

⁸³² Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Začíná se odtamtud, kde život je nejmladší a kde typ pracujícího, moderně heroického mužství byl tak skvěle precisován v Americe. Tam, kde muž byl proměněn v robota, v stroj na výrobu peněz: ale pokorujícím je to, že kliku stroje drží v ruce žena; která tím více mužem pohrdá, čím méně se ho obává.“

⁸³³ Munková, Naděžda: a. a. O., S. 11. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „největší dojem z Ameriky“.

„[...] frisch, witzig und voller Energie sind, gut gelaunt, selbstbewusst und aktiv, immer sorgfältig zurechtgemacht, gepflegt, geschminkt und angekleidet. Dass sie zielstrebig sind und Erfolg haben wollen, und dass sie sich für ihre Ambitionen nicht schämen.“⁸³⁴

Dabei ist es interessant zu sehen, dass genau die Attribute, die der *Amerikanerin* zugeschrieben werden, gleichzeitig diejenigen sind, die auch die *Neue Frau* in Deutschland und die *Moderní žena* in der ČSR charakterisieren. Dies bekräftigt die These, dass die *Amerikanerin* als Prototyp der modernen urbanen Frau galt. Was der Europäer aber als störend wahrnimmt, ist ihre Dominanz, mit der sie in der Gesellschaft auftritt:

„Viele europäische Männer stört die Selbstverständlichkeit, mit der die Amerikanerinnen in einem kleinen oder größeren Kreis auftreten und mit der ein junges Mädchen beispielsweise einen bekannten Universitätsprofessor oder Politiker zurechtweist. Und andere geben zu, dass ihnen gerade diese Lebhaftigkeit, Vitalität, das Fehlen von Komplexen und diese Direktheit imponieren, auch wenn sie sich dessen bewusst sind, dass diese Stärke auf der anderen Seite oft von Oberflächlichkeit ausgewogen wird.“⁸³⁵

Auch an diesem Zitat wird die ambivalente Haltung gegenüber der *Amerikanerin* deutlich. Beschränkte sich ihre Art auf Äußerlichkeiten oder legte sie ein selbstbewusstes und dennoch harmloses Verhalten an den Tag, das den Mann amüsiert, aber nicht weiter betraf, wurde sie nicht nur akzeptiert, sondern sogar bewundert. Kam sie aber dem Mann in einem Bereich, der als genuin männlich galt, *in die Quere*, wurde sie als zu dominant abgelehnt.

Um die Darstellung zu vervollständigen, ist es von Vorteil, auch die Perspektive des US-amerikanischen Mannes zu berücksichtigen. Der *Amerikaner*, so heißt es im folgenden Feuilleton, bewunderte ausnahmslos alles an der *Amerikanerin*. (Wie könnte es auch anders sein, wenn man sich voller Überzeugung von einer Frau dominieren lässt.) Zwangsläufig schneidet die *Amerikanerin* auch im Vergleich mit der Europäerin bei ihm besser ab:

„Wenn Sie einen Amerikaner fragten, was er von den amerikanischen Frauen halte, sähe er Sie verwundert an, als ob er ihren gesunden Menschenverstand anzweifelte. Ist es denn nicht selbstverständlich, dass sie den besten Typ der heutigen Frauen verkörpern, der Respekt und vollste Anerkennung verdient? Sind sie nicht die besten Freundinnen, die leistungsstärksten Hausfrauen, Frauen, Mütter, unterhaltsame Begleiterinnen, wunderbare An-

⁸³⁴ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „[...] jsou svěží a vtipné, plné energie, dobré nálady, sebevědomí a aktivity, vždycky pečlivě upravené, pěstěné, nalíčené a ustrojené. Že mají ctizádost dosáhnout úspěchu a že se za svoje ambice nestydí.“

⁸³⁵ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „Mnohým evropským mužům vadí samozřejmost s jakou Američanky dominují v úzké nebo větší společnosti a s jakou dovede mladé děvče usadit třeba vělehlavného universitního profesora nebo politika. A jiní se přiznají, že právě tato živost, vitalita, nedostatek komplexů a bezprostřednost jim imponuje, i když jsou si vědomi, že je to často síla vyvážená na druhé straně povrchnosti.“

gestellte und Trägerinnen der Kultur? Falls sie sich in irgendetwas von den Europäerinnen unterscheiden, ist es nur zu ihren Gunsten: Ihnen fällt alles, was sie tun, irgendwie leichter, sie machen alles effizienter, besser und ohne Tränen. Sie sehen immer gepflegt und frisch aus, wenn auch zum Preis von etlichen Stunden und Dollars in den Schönheitssalons.“⁸³⁶

Das Erstaunliche an diesem Zitat ist, dass es von einer Frau stammt, deren Betrachtungsweise mit der männlichen übereinstimmt. Die *Amerikanerin* wurde also von beiden Geschlechtern im Prinzip auf identische Weise wahrgenommen: als eine starke, selbstbewusste und immer perfekt gestylte Frau.

Im tschechischen Feuilleton lassen sich insgesamt zwar Texte finden, die – ähnlich wie in Deutschland – die Klischees von der Dominanz der US-amerikanischen Frau bemühen und sie als Bedrohung wahrnehmen. Es handelt sich dabei jedoch um Randerscheinungen. Die Tendenz zur positiven Bewertung der *Amerikanerin* hängt sicher auch damit zusammen, dass in der ČSR bei der Bildung der neuen tschechoslowakischen Nation und Kultur Frauen eine unentbehrliche und gleichberechtigte Rolle spielte. Die Frauenemanzipation wurde somit in den 1920er- und frühen 1930er-Jahren als Bestandteil der nationalen Emanzipation verstanden.

8.7 Das Bild der deutschen Frau

Um das im tschechischen Feuilleton dargebotene Frauenbild abzurunden, möchte ich es um die Darstellung der deutschen und der sowjetischen Frau ergänzen. Bei der Deutschen ist zudem möglich, zwischen der Fremd- und der Selbstdarstellung zu unterscheiden.

Im Vergleich zur *Amerikanerin* widmete das tschechische Feuilleton der Deutschen in den 1920er-Jahren viel weniger Raum. Interessanterweise wird sie – abgesehen von den Fällen, in denen von Berlinerinnen oder Schauspielerinnen berichtet wird – überwiegend im Zusammenhang mit den traditionellen Tugenden und Klischees beschrieben, wie etwa Sparsamkeit oder gute Haushaltsführung. Als explizites Vorbild für die *moderne* Frau galt sie aber nicht. Deutlich wird dies an folgendem Text, der

⁸³⁶ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Když byste se zeptali Američana co soudí o amerických ženách, podíval by se na vás udiveně a s pochybami o vašem zdravém rozumu. Což není samozřejmé, že je to nejlepší typ dnešních žen, které jsou hodny všeho respektu a plného uznání? Což to nejsou nejlepší kamarádky, nejvýkonnější hospodyně, ženy matky, zábavné společnice, skvělé veřejní pracovnice a nositelky kultury? Liší-li se něčím od Evropanek, tedy je to jenom jejich plus: dělají všechno nějak lehčeji, výkonněji, lépe a bez nářku. Vždycky vypadají upraveně a svěže, byť i za cenu mnoha hodin i dolarů v salonech krásy.*“

1932 unter dem Titel *Neue Frauen in Deutschland (Nové ženy v Německu)*⁸³⁷ erschien. Darin heißt es: „*Das alte Deutschland stirbt ab, das konservative, übersteigerte nationale Selbstbewusstsein hat es von der neuen Zeit abgetrennt.*“⁸³⁸ Während einer Diskussion über russische Filme, die von einem Kulturverband in Frankfurt organisiert wurde, beobachtet die Autorin deutsche Frauen der „*neuen Generation*“⁸³⁹. Sie beschreibt verschiedene Frauentypen, die sie als „*emanzipiert*“ bezeichnet. Jene Frauen erregen auf unterschiedliche Art Aufmerksamkeit: durch ihre Kleidung, ein geschminktes Gesicht, durch Bubikopffrisur und Zigarette, aber auch mit „*ungezwungener Pose*“⁸⁴⁰, interessiertem und selbstbewussten Auftreten. Die Verfasserin schlussfolgert daraus: „*Die deutsche Generation von intelligenten Frauen ist erst dabei, geboren zu werden.*“⁸⁴¹ Die Teilnehmerinnen der Diskussionsrunde betrachtete sie als ihre Vorhut, was der Grund dafür sei, dass sie „*alle in den Anfängen etwas exzentrisch sind, über das Ziel hinausschießen und in exaltierter Begeisterung den nicht ganz ausgereiften Ideen der neuen Zeit und der nach außen hin demonstrierten emanzipierten Freiheit verfallen.*“⁸⁴² Die Autorin sah diese Frauen als „*leuchtenden Strahl*“, der die „*seelischen Schatten*“ der Leserinnen der *Gartenlaube* durchbrach.⁸⁴³

Dieser tschechische Blick auf die Deutschen steht im Widerspruch zu deren Selbstwahrnehmung. Dies ist sicher auch der Tatsache geschuldet, dass sich die Tschechen in der neuen Republik gegenüber Deutschland abgrenzen wollten. Dabei schien die Modernität der tschechoslowakischen bzw. tschechischen Frau als Mittel der Abgrenzung gegenüber dem *alten* Deutschland und der traditionell dargestellten deutschen Frau gebraucht zu werden.

Auffallend ist jedoch, dass der Deutschen nach 1933 wiederum im Feuilleton besonders viel Aufmerksamkeit zukam. Die Entstehung des *Dritten Reiches* veränderte den gesellschaftlichen Stellenwert der deutschen Frau; ihre traditionelle Rolle als

⁸³⁷ Netuková, Hana (PhDr.): *Nové ženy v Německu*. In: *Eva*, Jg. IV, Nr. 6, (15.1.) 1932, S. 23.

⁸³⁸ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Staré Německo odumírá, konservativní přepjaté národní sebevědomí je odloučilo od nové doby.*“

⁸³⁹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*nové generace*“.

⁸⁴⁰ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*v nedbalé póze*“.

⁸⁴¹ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Mladá německá generace inteligentních žen se teprve rodí.*“

⁸⁴² Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Jsou proto v začátcích všechny poněkud výstřední, přestřelují jak v exaltovaném nadšení pro neujasněné ideje nové doby tak v emancipované vnější volnosti.*“

⁸⁴³ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Jsou světlym paprskem, který prorazil duševním stínem čtenářek pověstných ‚Gartenlauben‘.*“

Hausfrau und Mutter wurde auf neue Weise in den Vordergrund gestellt (vgl. Kapitel 6). Mit dem deutschen Machtwechsel, den man in der ČSR mit Sorge beobachtete, änderte sich die Einstellung gegenüber Deutschland, da es zur unmittelbaren Bedrohung wurde. Man war sich darüber im Klaren, dass die deutsche Frau eine wichtige Stütze des Nationalsozialismus war und in ihrer Rolle als Mutter und Erzieherin zukünftiger Generationen einen großen gesellschaftlichen Einfluss hatte. Deshalb wurde sie zur politischen Gegnerin, paradoxerweise in jenem Moment, in dem sie die gleiche gesellschaftliche Funktion ausübte, die der Frau in der ČSR – als die Gestalterin und Erzieherin einer neuen Nation – von Anfang an zukam. Was beide aber grundsätzlich von einander unterschied, waren die völlig entgegengesetzten Vorstellungen davon, wie die jeweils neue Gesellschaft auszusehen hatte. Die Deutsche wurde – im Gegensatz zur tschechoslowakischen Frau – in eine traditionelle Rolle zurückgedrängt, in der weder Bildung noch Beschäftigung von Bedeutung waren, also diejenigen Aspekte, die einer Frau ein unabhängiges Leben erst ermöglichten. Die deutsche Frau musste nicht für sich selbst sorgen, es wurde für sie gesorgt, wenn sie bereitwillig ihre Mutterpflichten erfüllte. So jedenfalls stellte es die NS-Propaganda in Aussicht.

Dass aber nicht alles so einfach war, bezeugt das folgende Zitat von 1936, das die Lage der Frauen im *Dritten Reich* kritischer beschreibt:

*„Das Volk wurde nicht nur vom äußeren und inneren Feind befreit, sondern auch von den Feindinnen der männlichen Freiheiten. [...] Trotz der Tatsache, dass wir schon tausendmal gehört haben, dass den Frauen und Müttern im Neuen Reich ein Ehrenplatz gebührt, sehen wir, wie befangen sie sind, in die Ecke gedrängt, und wie schwierig es ihnen fällt, den Haushalt am Leben zu erhalten.“*⁸⁴⁴

Hier wird das Regime in seiner Frauenfeindlichkeit demaskiert. Unter diesen Umständen ist es verwunderlich, dass in *Eva* 1934 Reportagen von Leni Riefenstahl über die Dreharbeiten zu ihren Bergfilmen unter der Regie von Arnold Fanck erschienen. Riefenstahl wurde nicht als Inbegriff einer *Nazifrau* verstanden, sondern als erfolgreiche Regisseurin, Extremsportlerin und Schauspielerin bewundert. Sie galt als Prototyp der modernen, erfolgreichen, sportlichen und technisch begabten Frau. Somit konnte sie auch der tschechoslowakischen Frau als Vorbild dienen.

⁸⁴⁴ Ženatý, Berty: *Kde mužští jsou muži*. In: *LN*, 24.10.1936, MA. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Národ byl osvobozen nejen od nepřitele zevního a vnitřního, nýbrž i od nepřítelkyň svobod mužských. [...] Přes to, že jsme stokrát slyšeli, že ženám a matkám v nové říši náleží čestné místo, vidíme, kterak jsou zakřiknuty, zatlačeny do kouta a jak nuzně udržují domácnost z drobečků.*“

Paradoxerweise waren Texte von Riefenstahl in den untersuchten deutschen Quellen kaum ausfindig zu machen. Tatsächlich entsprach sie nicht dem vom Regime propagierten Frauenbild, weder in ihrem Aussehen noch in ihrer Lebensweise. Man könnte sagen, dass sie eher den gewünschten *neuen* deutschen Menschen repräsentierte als die *neue* deutsche Frau der 1930er-Jahre. In dieser Rolle konnte sie als Aushängeschild des Nationalsozialismus' fungieren sowie als Vorbild für die moderne Frau im Ausland.

8.8 Die sowjetische Dame

Es stellte sich heraus, dass – anders als in den untersuchten deutschen Zeitschriften – in *Eva* der sowjetischen Frau weitaus mehr Platz eingeräumt wurde. Dabei unterschied man zwischen zwei Typen: zwischen der „*sowjetischen Dame*“ und der „*Proletarierin*“. Obwohl die sowjetische Frau weniger häufig als die US-Amerikanerin thematisiert wurde, repräsentierte sie dennoch ein relevantes, anderes Moderne-Modell.

1930 wird der Typus der *sowjetischen Dame* vorgestellt, die als das mondäne Gegenstück zur sowjetischen *Proletarierin* zu verstehen war. Zwar handelte es sich bei jener Dame um eine Randerscheinung, dennoch war sie wichtig. Sie diente als Messlatte der Proletarierin, dem gängigen sowjetischen Typus, von dem sie sich gewaltig unterschied:

*„In Moskaus Straßen begegnest du oft merkwürdigen jungen Frauen, die den europäischen Frauen nicht ähnlich sehen. Ihre engen Röcke, von deren Kürze nicht mal die Französin zu träumen wagt, körperfarbenen Seidenstrümpfe [...] und wunderschöne, geschminkte Gesichter sehen absurd aus inmitten der roten Halstücher und karierten Mützen der Komsomol-zinnen. Das ist ein Typ Frau, der sich jeden Tag mehr und mehr vermehrt, der Typ der sow-jetischen Dame.“*⁸⁴⁵

Die *sowjetische Dame* war geschminkt, trug hübsche Kleider, rauchte, liebte amerikanische Filme, tanzte Foxtrott und Charleston, obwohl das offiziell verboten war. Laut dieser Beschreibung unterschied sie sich in keiner Weise von der deutschen *Neuen Frau* oder von der *Moderní žena*. Sie repräsentiert somit den westlichen

⁸⁴⁵ R. K.: *Ze života sovětské dámy*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 13, 1.5.1930, S. 14. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Na ulicích Moskvy potkáváš velmi často podivné mladé ženy, jež se nepodobají ženám evropským. Jejich úzké sukně, o jejichž krátkosti nemá poněti žádná Francouzka, hedvábné punčochy barvy těla, s něhož byla před chvílí stažena kůže, a krásné, namalované obličejy vypadají nelogicky uprostřed červených šátků komsomolek a kostkovaných čepic. Je to typ ženy, jenž se rozmnožuje každým dnem víc a víc, typ sovětské dámy.*“

modernen Frauentyp in der UdSSR. Die Bezeichnung „*Dame*“ steht dem allerdings entgegen, da sie als antiquierter Ausdruck für eine Zeit steht, in der das Bild der schönen, bewunderten, sorglosen Frau dominant war.

Die moderne Lebensweise, die *neue* Gesellschaft, hingegen wurde von einem neuen Typus der sowjetischen Frau repräsentiert: von der Proletarierin. In der sowjetischen Propaganda wurde sie meist als Traktoristin oder Maschinenführerin abgebildet, um die Aufhebung der Geschlechtertrennung in der *Produktion* zu demonstrieren. Neue Mode war für diese Frau ohne Belang, ihre Kleidung war zweckmäßig und unauffällig. Sie unterstützte motiviert und engagiert den Aufbau der sowjetischen Gesellschaft. Dennoch war sie *modern*, denn sie war selbstständig und unabhängig.⁸⁴⁶

In einem weiteren Artikel von 1934, in dem die Moskauer Mode beschrieben wird und der den passenden Titel trägt *Moskau putzt sich heraus (Moskva se strojí)*, wird das Leben in der Hauptstadt des ersten sozialistischen Staates weitaus weniger proletarisch dargestellt, als man es hätte vermuten können. Denn auch hier huldigten die Menschen Tanz, Sport und Kino. Auch hier gab es Dancings, Vergnügungslokale und viele Geschäfte, wenngleich der Autor zugeben muss: *„Manche überraschen zwar mit Fülle und Qualität, andere wiederum erscheinen uns aus dem Westen eher leer und provinziell.“*⁸⁴⁷ Die Frauen in der Sowjetunion werden in diesem Artikel wie jede Frau anderswo auf der Welt beschrieben. Als größter Unterschied zwischen dem Leben der Russinnen und dem westlichen Frauen wird der Mangel an Waren beschrieben:

*„Die sowjetische Frau leidet am Aufbau. Sie hat das nötige Geld, um einzukaufen, aber es gibt nichts einzukaufen, sie bekommt nicht alles, bekommt es nicht immer, aber sie beobachtet und weiß, dass sie es morgen haben wird. Sie weiß, dass sie sich morgen wird kaufen können, was ihr beliebt. Die Frau im Westen leidet unter der Krise. Es gibt vieles, was sie sich kaufen möchte, ihr fehlt aber das nötige Geld, und sie hat Angst, dass sie sich morgen nicht mehr das kaufen können wird, was sich die sowjetische Frau heute schon leisten kann.“*⁸⁴⁸

⁸⁴⁶ Vgl. Kollontai, Alexandra: *Wege der Liebe*. Morgenbuch Verlag Berlin, 1992.

⁸⁴⁷ Hoffmeister, Adolf: *Moskva se strojí*. In: *Eva*, Jg. VII, Nr. 1, (1.11.) 1934, S. 12.

Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Některé překvapují plností i jakostí, jiné pro nás lidi ze západu, působí prázdně a předměstsky.“*

⁸⁴⁸ Ebenda. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: *„Sovětská žena trpí výstavbou, má na to kupovat, ale nemá co, nedostane všechno, nedostane to vždycky, ale pozoruje a ví, že zítra to bude mít, že zítra si bude moci koupit, co bude chtít. Žena na západě trpí krizí, má co kupovat, ale nemá zač, a trne obavou, že zítra už si nebude moci koupit to, co sovětská žena dnes už může.“*

Im Zitat ist die positive Einstellung des Autors dem sowjetischen Regime gegenüber erkennbar. Obwohl er sich der mangelhaften Versorgung in der UdSSR bewusst ist, zeigt er sich zuversichtlich, dass dies in Zukunft behoben werden kann, dass der Westen sogar von der Sowjetunion übertroffen werde.

Vicki Baum zeigte sich dagegen weniger beeindruckt von der sozialistischen Gesellschaft und auch weniger nachsichtig mit den Russinnen, als sie von ihrem Moskau-besuch berichtete. Sie schreibt, dass sich russische Frauen für Seidenstrümpfe prostituieren würden, dass es in der SU fast keine Mode gäbe, sondern nur zweckmäßige Kleidung, und sogar, dass es in diesem Land bis auf die Frau des russischen Volkskommissars, Frau Lunatscharski, keine elegante Frau gäbe. Dennoch gibt sie zu, dass die Russinnen – trotz allen Mangels – auf ihr Äußeres achteten:

*„Bringen Sie meinen Schwestern Lippenstifte mit‘, sagte mir ein russischer Freund, als ich nach Moskau fuhr. ‚Das ist es, was ihnen am meisten fehlt. Sie wissen: Russinnen – und keine Schminke! Und wenn es geht: Parfüm!‘ [...] In Russland fand ich dann, daß den Russinnen so ziemlich alles fehlte, aber Lippenstifte – die hatten sie! [...] Und geschminkt waren viele von ihnen. Gut geschnittenes Haar hatten die meisten, [...]“*⁸⁴⁹

Die russische Frau, ob als *Proletarierin* oder als *sowjetische Dame*, war die Repräsentantin der Sowjetunion, eines Moderne-Modells, das in Opposition zu den USA stand. Daher war auch ihre Beschreibung immer davon abhängig, welche Haltung gegenüber der Sowjetunion der jeweilige Autor vertrat. Unbestritten ist jedoch, dass die moderne russische Frau das Gegenmodell der modernen Amerikanerin verkörperte.

Sowohl in den USA als auch in der Sowjetunion galt die Emanzipation als vollendet. In beiden Ländern verlief dieser Prozess jedoch anders und wurde deshalb auf unterschiedliche Weise vergegenwärtigt; zwei politische Systeme, zwei Wege in die Moderne, zwei Frauentypen, die sie repräsentierten. Einerseits die *Amerikanerin*, andererseits die *Proletarierin*. Während die Amerikanerin keine „*häusliche Frau*“ war und „*ihren Klub, ihre Interessen, ihren Beruf*“⁸⁵⁰ hatte, bewältigte die Proletarierin Arbeit, Haushaltsführung und Familie – das Modell der Doppelbelastung.⁸⁵¹ Der Amerikanerin wurde – im Gegensatz zu der zwar modernen, aber immer noch weiblichen Europäerin – vorgeworfen, sie sei zu männlich. Obwohl im Widerspruch dazu

⁸⁴⁹ Baum, Vicki: *Lippenstift, Parfüm und Spitzenwäsche in Sowjetrussland*. In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 9, (Januar) 1931, S. 21.

⁸⁵⁰ Strowski, Fortunat: a. a. O., S. 22. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Američanka není domácká žena. Má svůj klub, své zájmy, své povolání.*“

⁸⁵¹ Vgl. *Wilhelms, Kerstin*: *Frauenzeitschriften in der Weimarer Republik*. In: Soden, Kristine von u. a.: *Hart und Zart. Frauenleben 1920 - 1970*. Elefanten Press Berlin, 1990, S. 53 - 60.

Amerika-Kritiker und Antifeministen gerade dem Einfluss der Amerikanerin die Schuld für die Feminisierung der USA gaben. War die Amerikanerin also zu weiblich oder zu männlich? Sie war offenbar stets das, was dem jeweiligen Autor gerade passte.

Und was waren die Charakteristika, die sowohl Amerikanerin, Russin, Deutsche wie auch die tschechoslowakische Frau zu modernen Frauen machten? Unabhängigkeit, Selbstständigkeit und Eigenverantwortung in allen Bereichen des Lebens, egal, ob es sich um Bildung, Arbeit, Liebe oder Freizeit handelte.

Das *verweiblichte* Amerika war – global gesehen – die stärkste und erfolgreichste Nation. Das *männliche* Zivilisationsmodell, als dessen Vertreter sich Europa und insbesondere Deutschland verstanden, schien überwunden. Amerika diene in der Auseinandersetzung um die Zukunftsperspektiven für Deutschland und auch für die ČSR als Projektionsfläche. Der historisch und soziologisch geprägte Begriff des *Geschlechts* musste hierbei außer Kraft gesetzt werden, denn es war nicht mehr möglich, *Männlichkeit* und *Weiblichkeit* dem Geschlecht zuzuordnen. Diesen Schritt fürchtete man insbesondere in Deutschland und deutete ihn als Verlust der Weiblichkeit der Frau. Zusammenfassend ausgedrückt wird dies 1928 in *Eva*: „*Früher lobte man die kluge Frau mit Worten: ‚Das ist doch ein Mann!‘ Bald wird man über einen klugen Mann sagen können: ‚Er würde es verdienen, als Frau bezeichnet zu werden!‘*“⁸⁵² Der *moderne* Mensch war somit androgyn, im Sinne der Gedankenlinie dieser Arbeit *amerikanisch*.

⁸⁵² Strowski, Forunat: a. a. O., S. 22. Übersetzung der Autorin, Originalfassung: „*Dříve chválivali moudrou ženu slovy: ‚Vždyť je to muž!‘ Brzy se bude moci říci o moudrém muži: ‚Zasloužil by býti ženou!‘*.“

Schlussfolgerungen

Bei der vorliegenden Arbeit handelt es sich um eine komparatistische Untersuchung, die einige wichtige Aspekte der Modernisierung im kulturpolitischen Sektor in der Weimarer Republik und in der Anfangsphase des *Dritten Reichs* näher beleuchtet und diese der Entwicklung in der Tschechoslowakischen Republik gegenüberstellt. Dabei wurde die *Modernisierung* als komplexes Phänomen aufgefasst, das alle Bereiche des Alltags betraf. Da von einer Gleichsetzung der *Modernisierung* mit der *Amerikanisierung* ausgegangen wurde, war der Amerikanisierungsdiskurs ein zentraler Bestandteil der Arbeit.

Anhand von ausgewählten Themenbereichen – Stadt, Frau und Amerika – wurde erkundet, wie sich die Zeitgenossen in Deutschland und in der ČSR mit diesem Prozess auseinandersetzten. Als Ausgangspunkt für die Untersuchung des Amerika-Bildes in der Ersten Tschechoslowakischen Republik diente mir der deutsche Amerika-Diskurs, für die Analyse des modernen Frauenbildes in der Tschechoslowakei orientierte ich mich an der deutschen Debatte über die *Neue Frau*.

Die Presse, das wichtigste Massenmedium der Zeit, diente meiner Arbeit als Quelle. Hierbei konzentrierte ich mich insbesondere auf das Feuilleton, das die zeitgenössischen Diskussionen nicht nur widerspiegelte, sondern diese maßgeblich prägte. Denn dieses moderne, urbane Genre zwischen Publizistik und Literatur war – dank seiner vielfältigen Formen und Stilmittel – eine ideale Form, um aktuelle Diskurse aufzunehmen und fortzusetzen. Die Untersuchung des Feuilletons ermöglichte mir daher einen genaueren Einblick in den Zeitgeist und die Rekonstruktion kulturpolitischer Hintergründe.

Der Hauptbeitrag der vorliegenden Arbeit zur Kulturgeschichte Mitteleuropas liegt in ihrer neuen Form der Gegenüberstellung: Verglichen wird die deutsche Amerika-Perzeption mit der Wahrnehmung des als *amerikanisch* geltenden *Modernisierungsprozesses* in der Tschechoslowakei.

Gleichzeitig stellt die Arbeit eine Ergänzung der deutschen Feuilletonforschung dar, und zwar um eine systematische Erschließung der Zeitschriften *Die Dame* und *die neue linie* sowie um die thematische Analyse des *Berliner Tageblatts* unter den genannten Gesichtspunkten in den 1920er- und 1930er-Jahren. Auch die Gegenüberstellung deutscher Selbstdarstellungen mit den Reflexen des tschechischen Feuilletons ist ein neuer Forschungsansatz. Des Weiteren werden die Ergebnisse der neusten deutschen Feuilletonforschung mit den Ansätzen der tschechischen verknüpft, was die Aussagekraft der Untersuchungsergebnisse verstärkt.

Im Hinblick auf das tschechische Feuilleton leistet die vorliegende Arbeit Grundlagenforschung; es handelte sich um eine erstmalige Korpuserschließung und -analyse. Auch die thematische Ausrichtung stellt eine Pionierarbeit innerhalb der tschechischen Feuilletonforschung dar. Unter themenspezifischen Gesichtspunkten wurde das Feuilleton der tschechischen Zeitung *Lidové noviny* von 1918 bis 1938 und das Feuilleton der Zeitschrift *Eva* von 1928 bis 1938 untersucht.

Prämisse dieser Arbeit war es, den urbanen Raum als Ausgangspunkt und Zentrum der Moderne zu verstehen. Daher konzentrierte ich mich in der Untersuchung auf die Metropolen Berlin und Prag. Analysiert wurden die Selbstdarstellungen im Feuilleton der jeweiligen Stadt, im Falle Berlins ergänzt um einige Fremddarstellungen. Beide Hauptstädte befanden sich in einem ähnlichen Kontext, einerseits in Bezug auf ihre Vorbildfunktion im jeweiligen Land, andererseits als Modelle der modernen urbanen Industriegesellschaft.

Als Vorbild für die *Urbanisierung* und als Ausdruck gelebter Alltagskultur galten die US-amerikanischen Großstädte. Häufig setzte man diesbezüglich New York mit *Amerika* gleich, daher diente die Metropole als Bezugsgröße, wenn es darum ging, die Modernität einer Stadt zu beurteilen. So war auch Berlin eine dieser modernen Großstädte, die darauf aspirierten, Weltstadt zu werden, und sich dabei an New York orientierten. Ähnliches galt für Prag, die *Großstadt im Werden*, für die die Verbindung *Prag – New York* ebenfalls äußerst bedeutungsvoll war. Darüber hinaus wurde im Laufe der Studie auch die Linie *Prag – Berlin – New York* sichtbar. Auch europäische Metropolen und insbesondere Berlin dienten Prag als Vorbild; Berlin wurde deshalb verstärkt zum Gegenstand der Beobachtung und schließlich zur Inspiration, da es als das „*New York Europas*“ galt. An den Beispielen Berlin und Prag lässt sich im Ganzen deutlich erkennen, wie sehr die US-amerikanische Großstadt die moderne Metropolengestaltung in Europa beeinflusste und dass zwischen der *Urbanisierung* und *Amerikanisierung* eine signifikante Wechselbeziehung bestand.

Vom Wandel der gesellschaftlichen Verhältnisse in Mitteleuropa nach dem Ersten Weltkrieg profitierten die Frauen am offensichtlichsten, denn durch die sich allmählich durchsetzende Gleichberechtigung erfuhren sie eine gesellschaftliche Aufwertung. Dies manifestierte sich in einer selbstbestimmten Lebensweise und in einem veränderten äußeren Erscheinungsbild. In der Weimarer Republik war die *Neue Frau* Objekt und Innbegriff der Moderne zugleich, die *Moderní žena* (*Moderne Frau*) war ihr Pendant in der ČSR. Vorbild der modernen emanzipierten Frau war in beiden Ländern die *Amerikanerin*. Alle diese Konstrukte moderner Weiblichkeit reflektieren wichtige Aspekte der zeitgenössischen Auseinandersetzung mit der

Modernisierung, die zur Umwertung von Geschlechterrollen und -bildern führten und eine Assimilierung der Geschlechter mit sich brachten. Dementsprechend gründete der *Feminisierungsdiskurs*, der in Deutschland entflammte, gerade auf der These, dass die Trägerin von männlichen Eigenschaften die Frau und der Träger von weiblichen Eigenschaften der Mann sei. Als Urheber dieser Entwicklung galt *Amerika*, denn laut deutscher Vorstellung dominierte *die Amerikanerin* das geistige und kulturelle Leben der USA und *feminisierte* es dadurch. Gleichzeitig attestierte man ihr jedoch männliche Eigenschaften wie Rationalität, Sachlichkeit, Unternehmungslust und Geschäftstüchtigkeit –dieselben Wesenszüge, mit denen der US-amerikanische Mann auf positive Weise konnotiert war. *Der Amerikanerin* allerdings warf man paradoxerweise vor, *zu männlich* zu sein – ganz im Gegensatz zur modernen, aber immer noch *weiblichen* Europäerin.

In der jungen ČSR galt *die Amerikanerin* dagegen in erster Linie als hoffnungsvolles Beispiel für eine gelungene Emanzipation, besonders im Hinblick auf ihre gesellschaftliche Rolle. Die *Moderní žena* repräsentierte das gleiche Modernitätsmodell wie die *Neue Frau*, war jedoch zusätzlich ein Grundpfeiler der neuen tschechoslowakischen Gesellschaft. Deshalb war die Angst vor einer *Feminisierung* der Gesellschaft in der ČSR – anders als in Deutschland – kaum vorhanden.

Gemeinhin galt während dessen, dass man *Amerika* als dezidiert *weiblich* wahrnahm, entweder als positives Beispiel der Emanzipation oder als Schreckensszenario einer verweichlichten Gesellschaft. In jedem Fall aber erwiesen sich Frauen als Trägerinnen moderner Werte in der jeweiligen Gesellschaft.

Die USA standen generell als Vorbild für Industrialisierung, technologische Erneuerung und Rationalisierung von Arbeits- und Produktionsprozessen. Es war aber die moderne US-amerikanische Kultur, die sowohl in der Weimarer Republik als auch in der ČSR als Projektionsfläche diente, um Wunschvorstellungen, aber auch Probleme und Ängste im Umgang mit der *Modernisierung* zu verhandeln. So zeigten sich gerade in der Bewertung dieser Kultur die Unterschiede zwischen dem deutschen und tschechischen Debatten, die im Feuilleton ausgetragen wurden.

Die *Massenkultur*, die als Inbegriff *amerikanischer* Kultur angesehen wurde, war in Deutschland das wichtigste Thema des Kulturdiskurses, der von konservativen Intellektuellen und Amerika-Gegnern dominiert wurde. Sie fürchteten die *Amerikanisierung* als Nivellierung der eigenen Kultur. Diese Haltung spiegelte in hohem Maße das nach dem verlorenen Weltkrieg erschütterte Selbstbewusstsein einer Nation, die sich als Kulturnation verstand. Die Entstehung der ČSR dagegen wurde erst durch die Unterstützung aus dem Ausland, insbesondere aus den USA, möglich. In den 1920er-Jahren war die Stimmung im Land von einem starken Aufbauwillen

geprägt, die *tschechoslowakische* Kultur hatte sich erst zu konstituieren. Dies brachte eine gewisse Offenheit mit sich: Man war sich seiner Zugehörigkeit zum europäischen, und damit „höheren“ Kulturkreis durchaus bewusst, gleichzeitig aber gab es keine starke Abwehrhaltung gegenüber US-amerikanischen Einflüssen auf die Kultur.

Die vorliegende Arbeit möchte manifestieren, dass sich anhand der Linie *Stadt – Frau – Amerika* die Modernisierung als Ganzes charakterisieren lässt. An die erbrachten Forschungsergebnisse ließen sich weitere Untersuchungen anschließen, die diskursiven Prozesse der Modernisierungsbewältigung in Europa beschreiben oder sich mit dazugehörigen Erzählmustern beschäftigen. Dadurch wäre es möglich, die Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Diskursen einzelner Länder herauszuarbeiten; ein besonders Augenmerk könnte dabei z. B. auf den Vergleich zwischen der Modernisierung im urbanen und im ländlichen Raum gelegt werden. Das in der vorliegenden Arbeit angewandte Verfahren könnte auch auf weitere Informationsmedien, beispielsweise den Film, oder auf weitere Quellen, wie etwa Werbung oder Fotografie, übertragen werden. Die Themenbereiche *Modernisierung* und *Amerikanisierung* könnten im internationalen Kontext um weitere Aspekte ergänzt werden, z. B. die komparative Erforschung der *Modernisierung* in den USA aus europäischer und amerikanischer Sicht, wobei auch das Europa-Modell der US-amerikanischen Avantgarde Berücksichtigung finden könnte. Auch ein Vergleich mit dem Modernisierungsmodell Sowjetunion könnte interessante Erkenntnisse zu Tage bringen.

Abschließen möchte ich diesen Ausblick mit einem Zitat von Marshall Berman, das meines Erachtens die Essenz der Modernisierung veranschaulicht:

*„To be modern is to find ourselves in an environment that promises us adventure, power, joy, growth, transformation of ourselves and the world – and, at the same time, that threatens to destroy everything we have, everything we know, everything we are. Modern environments and experiences cut across all boundaries of geography and ethnicity, of class and nationality, of religion and ideology: in this sense, modernity can be said to unite of all mankind.“*⁸⁵³

⁸⁵³ Berman, Marshall: *All that is solid melts into air. The experience of modernity*. Simon & Schuster New York, 1982, S. 15.

9 Bibliographie

QUELLEN (ZEITUNGS- UND ZEITSCHRIFTENARTIKEL)

Abkürzungsverzeichnis der zitierten Printmedien

BT: Berliner Tageblatt

LN: Lidové noviny

BBC: Berliner Börsen Courier

Siglen

MA: Morgenausgabe

NA: Nachmittagsausgabe

AA: Abendausgabe

SOA: Sonntagsausgabe

A. B. (Dr. phil et med.): *Der tragikomische Konflikt: Schlanke Linie oder frauliche Form?* In: BT, 16.5.1928, MA.

Anita: *Die bevorstehende Männeremanzipation.* In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 10, (Februar) 1927, S. 48.

Anita: *Lebensstil von 1930: Generalproben zu neuer Liebe.* In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 19, (Juni) 1930, S. 6.

Anita: *Mondän ist nicht mehr modern.* In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 21, (Juli) 1928, S. 46.

Anita: *Seit es das Auto gibt:* In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 3, (November) 1930, S. 6.

Anonym: *Americká režie.* In: LN, 11.3.1933, NA.

Anonym: *Amerikanismus durch den Magen. Schlankheitsbuffet am Kurfürstendamm.* In: BT, 7.2.1928, MA.

Anonym: *Antike am Wannseestrand:* In: *die neue linie*, Jg. VIII., H. 12, (August) 1937, S. 20.

Anonym: *Autoausstellung für die Frau.* In: *Die Dame*, Jg. 62, H. 6, (Februar) 1934, S. 2.

Anonym: *Barandov.* In: LN, 17.11.1928, MA.

Anonym: *Bau des ersten City-Wolkenkratzers.* In: BT, 4.4. 1928, AA.

Anonym: *Bau des ersten City-Wolkenkratzers. Ecke-Friedrichstrasse. Das K. d. W. wird aufgestockt.* In: BT, 4.4.1928, AA.

Anonym: *Charakteristik der Zeitschrift „Eva“.* In: LN, 11.11.1928, MA.

Anonym: *Der Führer spricht zu den Frauen.* In: *Die Dame*, Jg. 62, H. 21, (Oktober) 1935, S. 3.

Anonym: *Der neue Orden.* In: *die neue linie*, Jg. VIII, H. 1, (September) 1936, S. 15.

Anonym: *Deutsche Meister in Böhmen.* In: *die neue linie*, Jg. X, H. 3, (November) 1938, S. 22.

Anonym: *Deutsche Modelle aus deutschen Stoffen.* In: *die neue linie*, Jg. V, H. 2, (Oktober) 1933, S. 25.

Anonym: *Die deutsche Frau im Spiegel der Völker und Zeiten*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 1, (September) 1933, S. 31.

Anonym: *Die Frau in der amerikanischen Kultur*. Aus „Wege zum Wissen“ (Bd. 1.): „Das geistige Amerika von heute“ von Hermann George Scheffauer, Ullstein Verl. Berlin In: *Die Dame*, Jg. 53, H. 3, (Oktober) 1925, S. 54.

Anonym: *Die Frau und das „Rassenideal“*. Reden auf der dritten Reichstagung der Nordischen Gesellschaft. In: *BT*, 19.6.1936, AA.

Anonym: *Die Neger-Sängerin und Tänzerin Aida Ward (von den Blackbirds)*. (Foto) In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 4, (November) 1927, S. 34.

Anonym: *Diskussion über die Frau und Arbeit*. In: *BT, Die Brücke*, 16.4.1933.

Anonym: *Erziehung zum Körpergefühl*. In: *Die Dame*, Jg. 53, H. 25, (September) 1926, S. 3 - 5.

Anonym: *Erziehung zur Harmonie*. In: *die neue linie*, Jg. X, H. 2, (Oktober) 1938, S. 31.

Anonym: *Fliegen privat*. In: *die neue linie*, Jg. VII, H. 1, (September) 1935, S. 7.

Anonym: Florence Mills, der schwarze Bühnenstar Amerikas und ihre Revue. In: *Die Dame*, Jg. 52, H. 11, (Februar) 1925, S. 6.

Anonym: *Foto einer Fliegerin*. In: *Die Dame*, Jg. 64, H. 16, (Juni) 1937, S. 7.

Anonym: *Frau und Hauswirtschaft*. In: *BT*, 5.8.1933, MA.

Anonym: *Gilda-Gray: Die amerikanische Revue*. In: *Die Dame*, Jg. 52, H. 2, (Oktober) 1924, S. 2.

Anonym: *Golf. Sport moderní ženy*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 20, 1.9.1929, S. 5.

Anonym: *Hausfrau wird sachlich. Amerikanische Methoden der Haushaltsführung*. In: *BT*, 4.8.1928, MA.

Anonym: *Kurze lustige Geschichten aus dem Leben der Frauen in den USA*. In: *Die Dame*, Jg. 49, H. 23, (September) 1922, S. 38.

Anonym: *Mode: Metamorphose des Girl*. In: *die neue linie*, Jg. I, (Februar) 1930, H. 6, S. 28.

Anonym: *Mode – Paris Vorbild*. In: *Die Dame*, Jg. V., H. 5, (Januar) 1934, S. 29.

Anonym: *Mode: sportgerecht*. In: *die neue linie*, Jg. VII, H. 1, (September) 1935, S. 32 - 33.

Anonym: *Paris als Vergleich und Anregung – Mode*. In: *die neue linie*, Jg. V., H. 6, (Februar) 1934, S. 29.

Anonym: *Písň o blahobytu v Americe*. In: *LN*, 21.1.1920, NA.

Anonym: *The new German Dance*. In: *die neue linie*, Jg. VI, H. 3, (November) 1934, S. 15.

Anonym: *Viel Lärm um nichts*. In: *BT*, 28.7.1928, MA.

Anonym: *(Von einem solchen) Tippmädchen*. In: *die neue linie*, Jg. I, H. 1, (September) 1929, S. 19.

Anonym: *Weihnachten der deutschen Stämme*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 4, (Dezember) 1933, S. 10.

- Anonym: *Welches Land hat die schönsten Frauen? Die Geschichte eines englisch – amerikanischen Wettbewerbs.* In: *Die Dame*, Jg. 49, H. 10, (Februar) 1922, S. 26.
- Anonym: *Ženské spolky v Americe.* In: *Eva*, Jg. IV, Nr. 22, (15.10.) 1932, S. 27.
- Anonym: *Zurück zum Indianer. Die Wandlungen des amerikanischen Gesichts.* In: *Die Dame*, Jg. 52, H. 21, (Juli) 1925, S. 12.
- Anonym (Drahtbericht des BT-Korrespondenten): *Ein Schwabe kam aus USA. Stuttgarts Oberbürgermeister am Vortragspult. Ernste und heitere Erlebnisse.* In: *BT*, 15.11.1936, SOA.
- Anonym (von Korrespondenten des BT): *Goebbels Ansprache zu „Die Frau von heute“. Heute Eröffnung der Ausstellung in Witzleben.* In: *BT*, 18.3.1933, MA.
- Arndt, Arno: *Auf dem Berliner Sechstagerennen. Nachts im Sportpalast.* In: *BT*, 19.2.1922, MA.
- Andres, Stefan: *Insel Hellas. Kykladen Fahrt von Stefan Andres.* In: *die neue linie*, Jg. VII, H. 3, (November) 1935, S. 13.
- Auburtin, Viktor: *Reklame.* In: *BT*, 19.4.1921, MA.
- Auer, Matthias: *Die Emanzipation des Mannes.* In: *BT*, 17.8.1923, MA.
- Autoheft*, In: *Die Dame*, Jg. 56, H. 3, (November) 1928.
- Bamm, Peter: *Automoral.* In: *die neue linie*, Jg. V, H. 3, (November) 1933, S. 15.
- Bamm, Peter: *Jeder einmal in Berlin.* In: *die neue linie*, Jg. II, Heft 1, (September) 1930, S. 18.
- Bass, Eduard: *Praha se plní.* In: *LN*, 18.8.1920, MA.
- Bauer, Josef Martin: *Mutter sonst nichts. (Preisnovelle)* In: *die neue linie*, Jg. V, H. 3, (November) 1933, S. 24.
- Baum, Vicki: *Ein bisschen New York. Vom guten Aussehen.* In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 23, (August) 1931, S. 2.
- Baum, Vicki: *Leute von heute.* In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 3, (November) 1927, S. 17 - 19. u. S. 32.
- Baum, Vicki: *Lippenstift, Parfüm und Spitzenwäsche in Sowjetrussland.* In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 9 (Januar), 1931, S. 21.
- Bayer, Oswald G.: *Die Ehe liebste treibt Autosport.* In: *Die Dame*, Jg. 54, (Mai) 1927, H. 15, S. 43.
- Beer, Willy: *Kameradin 1933 ...* In: *BT*, 21.7.1933, MA.
- Behrens, Peter: *Die Baugesinnung des Dritten Reichs* In: *die neue linie*, Jg. V, H. 3, (November) 1933, S. 11.
- Behrens, Peter: *In der Diskussion: Werden Wolkenkratzer werden? Die City muss in die Luft gehen.* In: *BT*, 25.9.1928, MA.
- Beneš, Emil: *Kongres inženýrů.* In: *LN*, 21.7.1924, NA.
- Berlinseite.* In: *BT*, 1.5.1928, MA.
- Blass, Ernst (Dr.): *Filmkritik.* In: *BT*, 22.7.1925, AA.
- Bloch, Miloš: *Američanky, jež jsem kdy znal.* In: *Eva*, Jg. II, Nr. 1, (1.11.) 1929, S. 18.

- Börner, H.: *Die Frau von morgen. Heute werden viele Opfer verlangt.* In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933.
- Bovdenová, Mary: *Proč krize manželství?* In: *Eva*, Jg. VII, Nr. 9, (1.3.) 1935, S. 10.
- Brandenburg, Hans: *Ketzergedanken über die „neue Zeit“.* In: *BT*, 19.4.1928, AA.
- Breitenkamp, Paul: *Polen gestern und heute.* In: *die neue linie*, Jg. VII, H. 5, (Januar) 1936, S. 6.
- Brennert, Hans: *Boxer.* In: *BT*, 18.8.1919, AA.
- Brodbeck, Albert: *Westen: Die neuen Lichter.* In: *BT*, 24.12.1933.
- Broftová, Máša: *Eva všemi sporty.* In: *Eva*, Jg. I, Nr. 11, (15.4.) 1929, S. 9.
- Broftová, Máša: *Muži jsou šizeni blondýnkami.* In: *Eva*, Jg. II, Nr. 1, (1.11.) 1929, S. 14.
- C. Wr. (Dr.): *Die Amerikanerin von heute. Sie soll stärker in den Staatsdienst einbezogen werden.* In: *BT*, 13.7.1933, MA.
- Čapek, Karel: *Za malou Prahu.* In: *LN*, 5.11.1924, MA.
- Čapek, Karel: *Za starou Prahou.* In: *LN*, 8.12.1928, MA.
- Cenek, Eda: *Výlet raketou.* In: *LN*, 15.7.1928, MA.
- Chapiro, Joseph: *Das geistige Amerika.* In: *BT*, 30.8.1928, MA.
- Cheth: *Normalisace.* In: *LN*, 29.7.1924, MA.
- Dekobra, Maurice: *Der Wehrwolf von Hollywood.* In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 15, (April) 1931, S. 42.
- Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. I. Die Debütantin.* In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 17, (Mai) 1930, S. 69 - 70.
- Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. II. Die Schule des Vamps.* In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 17, (Mai) 1930, S. 73.
- Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. III. Die Majestät Millionärin.* In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 18, (Mai) 1930, S. 38.
- Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. IV. Die Philantropin.* In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 23, (August) 1930, S. 50.
- Dekobra, Maurice: *Die Amazonen von drüben. V. College Girls.* In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 1, (Oktober) 1930, S. 65.
- Dekobra, Maurice: *Ratgeberin in Liebesangelegenheiten.* In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 22, (Juli) 1930, S. 6.
- Dibur: *Warten auf bessere Zeit. Die Tragik des heutigen Frauenlebens.* In: *BT, Die Brücke*, 16.4.1933.
- Dibur: *Weibliche Arbeit billiger. Nur die Not der Zeit zwingt die Frau zur Berufsarbeit.* In: *BT, Die Brücke*, 25.6.1933.
- Diel, Louise: *Strebepeiler des Aufbaues.* In: *BT, Die Brücke*, 16.4.1933.
- Edel, Max (Dr.): *Reiz und Betäubung. Ein Beitrag zur Krankheit unserer Zeit.* In: *BT*, 24.11.1919, AA.
- Engel, Fritz: *Stadion.* In: *BT*, 25.7.1919, AA.

- F. H.: *Wie wohnen wir heute?* In: *die neue linie*, Jg. III, H. 5, (Januar) 1931, S. 18.
- F. ST.: *Mütterliche Würde. Die Aufgabe der neuen Zeit.* In: *BT; Die Brücke*, 20.8.1933.
- Fanta, Theodor: *September.* In: *BT*, 18.9.1925, MA.
- Fechter, Paul: *Welt mit anderen Maßen.* In: *die neue linie*, Jg. VI, H. 12, (August) 1935, S. 6.
- Flake, Otto: *Die Frau, wie wir sie uns wünschen.* In: *die neue linie*, Jg. I, H. 2, (Oktober) 1929, S. 17.
- Formánek, Jerry: *Americký hotel.* In: *LN*, 9.1.1936, NA.
- Freeman, John: *New-Yorker Straßenreklamen.* In: *BT*, 21.9.1924, MA.
- Frobenius, Else: *Zeitgeschichte. Politisches ABC des Neuen Reichs. Die Frau im Dritten Reich.* In: *die neue linie*, Jg. V, H. 2, (Oktober) 1933, S. 7.
- G. W.: *Reklame, Reklame, Reklame. Der Hexensabbat am Kaiserdamm. Die Reichsreklamenmesse.* In: *BT*, 28.4.1925, AA.
- Gebhardt, Hertha von: *Und das Kind? Die Sorgen einer Berufstätigen. – Probleme einer arbeitenden Mutter.* In: *BT, Die Brücke*, 15.6.1933.
- Geifes, Hans: *An erster Stelle: die Frau. Ein USA-Problem in neuer Beleuchtung.* In: *BT*, 10.1.1936, MA.
- Geyp, R. E.: *Girl.* In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 14, (15.5.) 1934, S. 15.
- Godwin, Catherina: *Der Sinn der Tanzwut.* In: *Die Dame*, Jg. 48, H. 17, (Juni) 1921, S. 5.
- Goll, Claire: *Die Gesichtsschneiderin.* In: *BT*, 15.12.1928, MA.
- Gropius, Ilse: *Wie sieht die New-Yorkerin aus?* In: *Die Dame*, Jg. 56, H. 4, (November) 1928, S. 84 - 85.
- Gropius, Walter: *Das Haus der neuen linie.* In: *die neue linie* Jg. IV, H. 5, (Januar) 1933, S. 11.
- Gropius, Walter: *Wie sollen Großstädter wohnen?* In: *die neue linie*, Jg. II, H. 12, (August) 1931, S. 22.
- Stein, Guenther: *Was kostet das Leben in New-York? Für Amerikaner und für Fremde. Manche Dinge sind nur ebenso teuer, manche sechs- oder achtmal so teuer wie in Berlin.* In: *BT*, 1.7. 1928, MA.
- H. L.: *„Berlin is a friendly city!“ Ausländische Urteile über die neue Reichshauptstadt.* In: *BT*, 26.1.1936.
- H. K.: *Americana.* In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 5, (1.1.) 1934, S. 24.
- H.W.: *Der Kampf ums Dasein. Die sozial-ethische Berechtigung der Frau.* In: *BT, Die Brücke*, 16.4.1933.
- Hagen, Anneliese von: *We are feeling like a million.* In: *BT*, 13.12.1938.
- Hajšmanová, D. (Ing.): *Dáma za volantem a pod vozem. Troška povídaní o automobilismu a jeho obsluze.* In: *Eva*, Jg. X, Nr. 15, (1.6.) 1938, S. 11.
- Hartmann, Luise: *94 % sind ledig. Gibt es noch Doppelverdienerinnen?* In: *BT, Die Brücke*, 25.6.1933.

Hartmann, Walter Georg: *Drei Weltstädte um Weihnachten – London, Paris, Berlin*. In: *die neue linie*, Jg. I, H. 4, (Dezember) 1929, S. 8.

Hašková, Jarmila: *Jak si představuje Eva Adama*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 6, (15.1.) 1930, S. 14.

Hellweg, Fritz: *Der Bauwille des Dritten. Reichs*. In: *die neue linie* Jg. VII., H. 6, (Februar) 1936, S. 28.

Hemmer, Heinrich: *REX*. In: *Die Dame*, Jg. 62, H. 4, (April) 1935, S. 1.

Herzog, Elsa: *Man erholt sich vom Jazz*. In: *Die Dame*, Jg. 56, H. 4, (November) 1928, S. 5.

Hessel, Franz: *Das Lederetui*. In: *Die Dame*, Jg. 61, H. 22, 1934, S. 23-24.

Hildenbrandt, Fred: *Girls*. In: *BT*, 29.12.1924, AA.

Hildenbrandt, Fred: *Lokale. Das mondäne Tanzpalais*. In: *BT*, 7.1.1925, AA.

Hildenbrandt, Fred: *Yankeeland. Eine Reise von Alfred Kerr*. In: *BT*, 22.5.1925, AA.

Hildenbrandt, Fred: *Zirkus Potsdamer Platz*. In: *BT*, 8.8.1924, AA.

Hoffmeister (Zeichnung): *Moderne Ehe* (Karikatur): In: *LN*, 4.5.1925, NA.

Höllriegel, Arnold: *Das Familienleben des Jazz-Zeitalters. Amerikanische Fälle und Probleme*. In: *BT*, 20.4.1928, MA.

Höllriegel, Arnold: *Du sollst dir kein Bildnis machen. Ein Roman aus Hollywood*. In: *BT*, 24.5.1928, MA.

Höllriegel, Arnold: *Ein New-Yorker Symposion. Die beste amerikanische Geselligkeit*. In: *BT*, 26.12.1928, MA.

Höllriegel, Arnold: *Gefüllte Tomaten à la Liliom*. In: *BT*, 5.1.1928, MA.

Höllriegel, Arnold: *Die amerikanische Normalstadt. Von Mainstreet zu Mainstreet*. In: *BT*, 2.9.1928, MA.

Hoffmeister, Adolf: *Moskva se strojí*. In: *Eva*, Jg. VII, Nr. 1, (1.11.) 1934, S. 12.

Illing, Gerte: *Die Reise nach Amerika*. In: *Die Dame*, Jg. 65, H. 11, (Mai) 1938, S. 63.

Irena: *Jak to mám dělat?* In: *Eva*, Jg. II, Nr. 6, (15.1.) 1930, S. 26.

Isolani, Gertrud: *Die Frau in der Öffentlichkeit. Gleichwertig dem Mann, wenn auch leider nicht gleichberechtigt*. In: *BT, Die Brücke*, 16.4.1933.

Italienheft. In: *die neue linie*, Jg. IX, H. 5, (Januar) 1938.

Ivanhen: *Zrychluje se doprava*. In: *LN*, 25.11.1928, MA.

Japanheft. In: *die neue linie*, Jg. VIII, H. 5, (Januar) 1937.

Jarušek, Josef: *Americký slovanský kongres. III. Organisace Slovanské hospodářské unie*. In: *LN*, 8.5.1920, NA.

Jarušek, Josef: *Americký slovanský kongres. IV. Amerikanisace slovanského světového názoru*. In: *LN*, 11.5.1920, NA.

Jarušek, Josef: *Americký slovanský kongres. VI. Proč v Americe?*. In: *LN*, 15.5.1920, NA.

Johann, A. E.: *Die Frauen am stillen Ozean. I. Die Amerikanerin.* In: *Die Dame*, Jg. 63, H. 16, (September) 1936, S. 46.

Jugoslawienheft. In: *die neue linie*, Jg. XI, H. 5, (Mai) 1939.

Junková, Eliška: *Automobil sblíží lidi i kraje.* In: *Eva*, Jg. II, Nr. 4, (1.1.) 1929, S. 14.

K.: *Gut angezogen – aber nicht „am besten“ angezogen. Amerikanische Satire gegen modischen Snobismus.* In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 20, (Juli) 1927, S. 36.

K.: *Vom Puppengesicht zum Charakterkopf. Wandlungen des Frauenideals.* In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 16, (Mai) 1927, S. 2 - 3.

Kader, Gustav: *Amerikanisches. Die Wirkung der geistigen Vorherrschaft der Frau.* In: *Die Dame*, Jg. 51, H. 2, (Oktober) 1923, S. 6 - 8.

Kafka, Hans: *Automobile, Automobile ...! Querschnitt durch einen Freitag.* In: *BT*, 11.4.1928, MA.

Kafka, Hans: *Die Stadt und die Welt. Gang durch ein großes Hotel.* In: *BT*, 1.5.1928, MA.

Kafka, Hans: *Lunapark. Ein Stück Amerika versuchsweise...* In: *BT*, 7.8.1928, MA.

Kaiser, Margarete: *Heiraten – schwer gemacht. Ein pessimistischer Blick auf die USA.* In: *BT*, 27.6.1936, MA.

Kaiser, Margarete: *Klubdämmerung in den USA? Was Amerikas Frauen diskutieren / Die alten Damen des Present Days Club.* In: *BT*, 5.4.1936, MA.

Kauder, Gustav: *„Highbrow“. Modernes amerikanisches Theater.* In: *Die Dame*, Jg. 49, H. 18, (Juni) 1922, S. 11.

Kaul: *Six Days. Zum 14. Berliner Sextagerennen im Sportpalast.* In: *BBC*, 12.3.1925, AA.

Kellner, Dora Sophie: *Gespensterfang in den USA.* In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 14, (April) 1927, S. 57.

Kellner, Dora Sophie: *Was liest man in Amerika?* In: *Die Dame*, Jg. 59, H. 10, (Februar) 1932, S. 42 - 43.

Kerr, Alfred: *New-Yorker Eindrücke. Adolph S. Ochs.* In: *BT*, 2.6.1922, MA.

Kerr, Alfred: *New-Yorker Eindrücke. Titanenkirmes.* In: *BT*, 17.5.1922, AA.

Kerr, Alfred: *New-Yorker Eindrücke. Theater.* In: *BT*, 11.6.1922, MA.

Kerr, Alfred: *Yankee Land.* In: *BT*, 1.6.1924, MA.

Kerr, Alfred: *Yankee Land. Zwischenspiel: Wesenszüge.* In: *BT*, 15.7.1924, MA.

Keun, Irmgard: *Die Macht der amerikanischen Frau. Gründe und Auswirkungen – Überlegungen aus Anlass eines Films.* In: *BT*, 25.10.1936.

Kirchner, Wilhelm: *Welchen Wagen soll ich mir kaufen?* In: *die neue linie*, Jg. II, H. 8, (April) 1931, S. 10.

Klečka, J.: *Život v americkém mradodrapu.* In: *LN*, 23.6.1928, NA.

Kollenau-Cassius, Jaroslav: *Revolverový žurnalista.* In: *LN*, 15.5.1925, MA.

Kovařík, František: *O Vědeckém řízení práce.* In: *LN*, 19.7.1924, MA.

- Krofta, V. Karel: *Loučení se starou Prahou*. In: *LN*, 23.5.1928, MA.
- Kromer, Emma: *Zum 1. Erscheinungsjahr der „neuen linie“*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 1, (September) 1930, S. 6.
- Krutch, Wood Joseph (Dr.): *Literarisches aus Amerika. Roman, Drama, Lyrik*. In: *BT*, 26.4.1928, MA.
- Kučera, Jan: *Záře holywoodských hvězd*. In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 19, (1.9.) 1934, S. 4.
- Kučerová-Záveská, H. (Architekt): *Zařízení kuchyně*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 3, (1.12.) 1929, S. 23.
- Kvíz, Dalibor: *Praha v noci*. In: *LN*, 12.12.1928, MA.
- Landsberg, Max: *Für das Turmhaus*. In: *BT*, 29.3.1922, MA.
- Lauringer, Hans O.: *Berliner Verkehr*. In: *BT*, 11.11.1924, MA.
- Laven, Paul (Dr.): *Arbeit mit Leni Riefenstahl am „Olympia Film“*. In: *Die Dame*, Jg. 65, H. 11, (Mai) 1938, S. 52.
- Lehr, Fritz Herbert: *Mens sana in corpore sano*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 8, (April) 1931, S. 22.
- Lempicka, Tamara: *Cover*. In: *Die Dame*, Jg. 58, H. 2, (Oktober) 1930.
- Lenz, Gert: *Noch und noch, an, aus ... „Girls gesucht“*. In: *BT*, 28.8.1928, MA.
- Lernet-Holenia, Alexander: *Die Schönheit der Greta Garbo*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 8, (April) 1931, S. 12.
- Levetzov, A. D. von: *Konteradmiral, Polizeipräsident in Berlin: Das Gesicht der Stadt*. In: *BT*, 24.12.1933, SOA.
- Literarische Rundschau*. In: *BT*, 3.8.1924, MA.
- Ma-Fa: *Auto 438.463*. In: *LN*, 8.5.1925, MA.
- Ma-Fa: *Bože, cara chraň a sověty taky!* In: *LN*, 6.11.1928, MA.
- Ma-Fa: *Poznámka k ženským časopisům*. In: *LN*, 11.11.1928, MA.
- Ma-Fa: *V Baťově městě na prvního máje*. In: *LN*, 5.5.1928, MA.
- Mack, Mathilde: *Fünf junge Deutsche sagen aus: So wünsche ich mir meine Frau*. In: *BT, Die Brücke*, 20.8.1933.
- Mann, Thomas: *Zum 1. Erscheinungsjahr der „neuen linie“*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 1, (September) 1930, S. 6.
- Margueritte, Victor: *Problém moderní ženy*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 9, (15. 3.) 1929, S. 11.
- Marková, Milena: *Dívka hledá svoje já*. In: *Eva*, Jg. VII, Nr. 6, (15.1.) 1935, S. 8.
- Maurois, André: *Americké dívčí koleje*. In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 8, (15.2.) 1934, S. 14.
- Md: *Cizincem v Praze*. In: *LN*, 19.8.1928, MA.
- Mendelsohn, Erich: *In der Diskussion: Werden Wolkenkratzer werden? Die City muss in die Luft gehen*. In: *BT*, 25.9.1928, MA.
- Meyer, Kurt: *Der Berliner hat Herz ... Trotz Tempo und Hast!* In: *BT*, 8.5.1928, MA.
- Milau, Gerhard Ludwig: *Ferien am Broadway. Mit deutschen Schiffen nach Nordamerika*. In: *BT*, 7.2.1936, MA.

- Moebius, Martin Richard: *Elegante Mädchen*. In: *die neue linie*, Jg. 1, H. 3, (November) 1929, S. 20.
- Möhring, Bruno (Prof.): *Turmhäuser in Berlin*. In: *BT*, 27.3.1921, MA.
- Molzahn, Else: *Ein Auto erlebt die Natur*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 10, (Juni) 1931, S. 26.
- Morand, Paul: *Berlin, das New-York Alt-Europas*. In: *Querschnitt*, H. 5, 1931, S. 332.
- Mrvička, Otakar: *Profesionálové v ringu*. In: *LN*, 7.1.1928, NA.
- Müller, Robert: *Vermännlichung der Frau?* In: *Die Dame*, Jg. 49, H. 11, (März) 1922, S. 12.
- Munková, Naděžda: *Jak se připravují mladé Američanky na život*. In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 13, (1.5.) 1934.
- Nedvedová, V.: *Za Chaplinovým cirkem*. In: *LN*, 5.5.1928, NA.
- Netuková, Hana (PhDr.): *Nové ženy v Německu*. In: *Eva*, Jg. IV, Nr. 6, (15.1.) 1932, S. 23.
- Nezval, Vítězslav: *Černá hodníka v biografu*. In: *LN*, 1.1.1933, MA.
- Nicholson, Harold: *Eingeschüchtert, aber sauber. Eine Lanze für den amerikanischen Mann*. In: *BT*, 4.3.1938.
- Niellannová, Míla: *Láska a zpáteční rychlost*. In: *Eva*, Jg. III, Nr. 10, (15.3.) 1931, S. 4.
- Nosilová, Z. (Dr.): *Žena pracuje...* In: *Eva*, Jg. IX, Nr. 20, (15.10.) 1937, S. 12.
- Nostitz, Helene von: *Empfindsame Autofahrt in den Frühling*. In: *die neue linie*, Jg. V, H. 8, (April) 1934, S. 1.
- O'Brian, George: *Amerikanische und deutsche Frauen: Eine unmaßgebliche Meinung von George O'Brian*. In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 2, (Oktober) 1927, S. 10.
- Olympia Nummer*. In: *die neue linie*, Jg. VII, (Februar) 1936, H. 6.
- Ozenfant, Amédée: *Weekend Berlin*. In: *Querschnitt*, H. 5, 1931, S. 297.
- P. M-g.: *Zweitgrößte Stadt der Welt ist: Das moderne Berlin. Die amerikanische Entwicklung der Vororte – Citybildung. Berlin eine internationale Stadt?* In: *BT*, 23.10.1928, MA.
- P. S.: *Amerikanerin geworden. Dienst am Fremden*. In: *BT*, 6.11.1928, MA.
- Papáčková, Naďa: *Moderní domácnost*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 13, (15.5.) 1929, S. 19.
- Pestalozza, Hanna von: *Der Typus der „neuen Frau“. „Lass dich gelüsten nach der Männer Bildung“*. In: *BT, Die Insel*, 21.9.1933, MA.
- Pilar, František: *Rockefellerismus*. In: *LN*, 12.11.1936, MA.
- Pfeiffer-Belli, Erich: *Filmhumor – deutsch und amerikanisch*. In: *BT*, 22.12.1936, AA.
- Poláček, Karel: *Život v dopravních prostředcích*. In: *LN*, 25.8.1936, MA.
- Polgar, Alfred: *Girls*. In: *Die Dame*, Jg. 53, (April) 1926, H. 14, S. 2.
- Ponten, Josef: *Am Rande der Sahara*. In: *die neue linie*, Jg. VIII, H. 6, (Februar) 1937, H. 6, S. 12.

- Provence. In: *die neue linie* Jg. XI, H. 9, (September) 1939, S. 24.
- Pujmanová, Marie: *Dnešní žena*. In: *Eva*, Jg. VII, Nr. 1, (1.11.) 1934, S. 31.
- R. K.: *Ze života sovětské dámy*. In: *Eva*, Jg. II, Nr. 13, (1.5.) 1930, S. 14.
- Rádl, Otto (Dr.): *Máme filmovou hvězdu?* In: *Eva*, Jg. IV, Nr. 5, (1.1.) 1932, S. 21.
- Reve, Ludwig: *Happy End*. In: *Die Dame*, Jg. 55, H. 25, (September) 1928, S. 16.
- Rivers, Odette: *Ženy a auta*. In: *Eva*, Jg. I, Nr. 16, (1.7.) 1929, S. 20.
- Roda Roda: *Die Frau als Schofför*. In: *Die Dame*, Jg. 53, H. 5, (November) 1925, S. 2.
- Roda Roda: *Suzanne*. In: *Die Dame*, Jg. 54, H. 26, (September) 1927, S. 3.
- Rybová, J.: *On a ona*. In: *Eva*, Jg. X, Nr. 19, (1.10.) 1938, S. 8.
- Schäfer, Wilhelm: *Zum 1. Jahr der neuen linie*. In: *die neue linie*, Jg. II, H. 1, (September) 1930, S. 6.
- Schaukal, Richard von: *Gedanken und Einfälle*. In: *die neue linie*, Jg. I, H. 6, (Februar) 1930, S. 16.
- Scheffauer, Hermann George: *Die Frau in der amerikanischen Kultur. Aus dem neuen Bande (Nr. 47) der Bücherreihe „Wege zum Wissen: Das geistige Amerika von heute“*. (Buchbesprechung) In: *Die Dame*, Jg. 53, H. 3, (Oktober) 1925, S. 49.
- Scheffer, Paul: *Frauen und Mode in New - York. Keine Rede mehr vom Bubikopf – Ergebung in den Pariser Befehl – Wachsame Augen bei Mister K*. In: *BT*, 6.10.1938.
- Scheinpflug, Karel: *Chair à canon*. In: *LN*, 31.7.1928, MA.
- Scheinpflugová, Olga: *O ženské samostatnosti*. In: *Eva*, Jg. III, Nr. 4, (15.12.) 1930, S. 18.
- Schieszlová, Olga: *Kariéra Američanky a ženy vůbec*. In: *Eva*, Jg. VIII, Nr. 9, (1.3.), 1936, S. 8.
- Schieszlová, Olga: *Mladá žena československá 1938*. In: *Eva*, Jg. X, Nr. 10, (15.3.) 1938, S. 12.
- Schiffer, Marcellus: *Die Linie der Mode*. In: *Die Dame*, Jg. 51, H. 23, (August) 1924, S. 13.
- Schmidt, Luisa: *Die Stellung der Beamtin. Worin bestehen die Schwierigkeiten des Problems?* In: *BT, Die Brücke*, 15.6.1933.
- Schwabach, Erik Ernst: *Die Revolutionierung der Frau*. In: *BT*, 20.5.1928, MA.
- Sekera, Martin: *Divák náš pán*. In: *LN*, 8.5.1936, MA.
- Šelep, František: *Silnice, auta a šoféři*. In: *LN*, 26.6.1925, MA.
- Skácelík, F.: *Pražská auta*. In: *LN*, 21.7.1920, MA.
- Slavík, Otakar: *Dobrodružství Otakara Slavíka. XIII. Divy Ameriky*. In: *LN*, 11.2.1920, NA.
- Slavík, Otakar: *Dobrodružství Otakara Slavíka. XIV. Z Bostonu pěšky do San Francisca*. In: *LN*, 14.2.1920, NA.
- Šlechta, Emanuel: *Americký Západ*. In: *LN*, 22.9.1928, MA.
- Šlechta, Emanuel: *Rychlost amerického života*. In: *LN*, 22.7.1924, NA.

- Slípka, H.: *Ať žije jaro ve sportu!* In: *Eva*, Jg. I, Nr. 11, (15.4.) 1929, S. 12.
- Šnobr, Jan: *Penelope přemýšlí.* In: *Eva*, Jg. II, Nr. 23, (1.10.) 1930, S. 19.
- Sokol, S.: *Děvčata.* In: *LN*, 19.8.1920, MA.
- St. J.: *Sport v módě a móda ve sportu.* In: *Eva*, Jg. II, Nr. 7, (1.2.) 1930, S. 12.
- Stahl, Fritz: *Turmhaus Friedrichstraße. Die Ausstellung der Entwürfe.* In: *BT*, 5.2.1922, MA.
- Stein, Günther: *Ford – und unsere Not.* In: *BT*, 31.5.1924, AA.
- Strowski, Fortunat: *Americká žena.* In: *Eva*, Jg. I, Nr. 1, (15.11.) 1928, S. 22.
- Šubrtová, Marie: *Srdce ženy k.o.* In: *Eva*, Jg. IV, Nr. 10, (15.3.) 1932, S. 9.
- Süskind, W. E.: *Ein amerikanischer Schulroman. Über „The Rampant Age“ von Robert S. Carr.* In: *BT*, 23.11.1928, MA.
- Švejdomá, N.: *Ženy v autosalonu.* In: *Eva*, Jg. III, Nr. 2, (15.11.) 1930, S. 4.
- Světníková, Marie (Mudr.): *Studie kosmetiky.* In: *Eva*, Jg. III, Nr. 1, 1.11.1930, S. 28.
- Tergit, Gabriele: *Auf Wohnungssuche in Berlin. Kein Hüsung. Am 1. April waren es 165 000 Unbehauste.* In: *BT*, 1.5.1928, MA.
- Tergit, Gabriele: *Berufsfrau – Hausfrau. Das Heim der Pallas-Athenen.* In: *BT*, 23.10.1928, MA.
- Terstrup, Hans: *Berlin, Kurfürstendamm. Bekenntnis zu einer „Straßenpersönlichkeit“.* In: *BT*, 16.7.1936, MA.
- Thelenová, Silivia: *Černošská studentka v ČSR.* In: *Eva*, Jg. X, Nr. 7, (1.2.) 1938, S. 13.
- Tille, Jan (Inž. Dr.): *Amerikanisace u nás.* In: *LN*, 15.1.1924, NA.
- Tschauner, Ellie: *Hypnose einer Nacht. Begegnung mit New-York.* In: *BT*, 8.7.1938.
- Ur: *Tančí se.* In: *LN*, 28.1.1928, NA.
- Ur: *Události.* In: *LN*, 8.6.1928, MA.
- Valenta, Edvard: *Americké burlesky.* In: *LN*, 20.12.1936, MA.
- Valenta, Edvard: *Evropské divy v Americe.* In: *LN*, 30.12.1936, MA.
- Valenta, Edvard: *Noc před volbou.* In: *LN*, 22.11.1936, MA.
- Valenta, Edvard: *Jeden slib ve světě obchodníků a živnostníků, ...* In: *LN*, 10.7.1928, MA.
- Van: *Malostranská neděle.* In: *Eva*, Jg. II, Nr. 2, (15.11.) 1929, S. 14.
- Vegrová, Míla: *Solidarita žen.* In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 10, (15.3.) 1934, S. 28.
- Veselý, F.: *Hlas krve.* In: *LN*, 8.11.1928, MA.
- Viertel, Bertold: *Eine Minute Pause.* In: *BT*, 19.11.1924, MA.
- Viček, Bartoš: *Soumrak mužství.* In: *LN*, 9.1.1925, MA.
- Vojta, Pavel: *Tenis.* In: *Eva*, Jg. I, Nr. 11, (15.4.) 1929, S. 2.
- Weiss Sandvoss, Elisabeth: *Die Frau als Mitarbeiterin.* *BT, Die Brücke*, 16.4.1933.
- Wenig, Jan: *Tančíte?* In: *Eva*, Jg. I, Nr. 2, (1.12.) 1928, S. 17.

Werbung für amerikanisches Puder und Parfum HUDNUT. Die Dame, Jg. 56, H. 5, (Dezember) 1928, S. 69.

Werbung für amerikanisches Puder und Parfum HUDNUT. In: Die Dame, Jg. 57, H. 17, (Juni) 1930, S. 57.

Werbung für die Amerika-Linie. In: die neue linie, Jg. VII, H. 10, (Juni) 1936, S. 5.

Wetschek, J. L.: *Im Fordwagen. In: BT*, 27.8.1925, AA.

Wieland, Gerda: *Das Wort hat eine junge deutsche Frau. Frau, Familie und Volk. In: BT, Die Brücke*, 18.3.1933.

Wieland, Gerda: *Frau, Familie und Volk. In: BT, Die Brücke*, 20.8.1933.

Woerner, Elisabeth: *Die weiblichen Pflichten. In: BT, Die Brücke*, 20.8.1933.

Wolf, Margot: *Zwischen dem Tippen. In: BT*, 10.8.1928, MA.

Wrobel, Ignaz: *Berlin! Berlin! In: BT*, 21.7.1919, MA.

Wulf, Erich: *Schlank muß sie sein! In: BT*, 30.4.1921, MA.

Wynokan, Luise: *Der amerikanische Haushalt. In: BT*, 11.7.1925, MA.

Zaslová, Eva: *Americká škola. In: Eva*, Jg. X, Nr. 7., (1.2.) 1938, S. 8.

Ženatý, Berty: *Americký žurnalismus. In: LN*, 22.8.1924, MA.

Ženatý, Berty: *Amerika nám tleská. In: LN*, 4.6.1938, MA.

Ženatý, Berty: *Ballots but not bullets. In: LN*, 7.11.1936, MA.

Ženatý, Berty: *Cizí květina? In: LN*, 11.11.1933, MA.

Ženatý, Berty: *Epištola ka automobilismu. In: LN*, 1.7.1928, MA.

Ženatý, Berty: *I rodinné domky na běžícím pásu? In: LN*, 16.2.1933, MA.

Ženatý, Berty: *Kde mužští jsou muži. In: LN*, 24.10.1936, MA.

Ženatý, Berty: *Kupčák, nebo businessman? In: LN*, 6.7.1928, MA.

Ženatý, Berty: *Nám, nám, narodil se. In: LN*, 1.1.1928, SOA.

Ženatý, Berty: *Napříč Moravou. In: LN*, 2.9.1928, MA.

Ženatý, Berty: *Ocelové rodinné domky. In: LN*, 28.1.1928, NA.

Ženatý, Berty: *Poříčská katastrofa číslo 2. In: LN*, 17.11.1928, MA.

Ženatý, Berty: *Rychlost nejsou žádné čáry. In: LN*, 1.1.1933, MA.

Ženatý, Berty: *Ten, který najímá lidi. In: LN*, 26.8.1928, MA.

Ženatý, Berty: *Učte se laskavosti. In: LN*, 14.9.1928, MA.

Ženatý, Berty: *United we stand. In: LN*, 19.5.1938, MA.

Ženatý, Berty: *V dnešním Německu. In: LN*, 17.6.1933, MA.

Zielesch, Fritz: *Humor der Amerikaner. Was aus dem Fernen Westen zu uns herüberkommt. In: BT*, 4.4.1925, MA.

Zuberbuhler: *Das Leben aus der Konserve. In: die neue linie*, Jg. II, H. 10, (Juni) 1931, S. 19.

Zwahlen, E. G.: *Ergänzung des Mannes. Dann hat ihr Leben Inhalt genug. In: BT, Die Brücke*, 20.8.1933.

Zwehl, Hans von: *Der Sonntag einer Berlinerin*. In: *BT*, 29.1.1933, SOA.

Zweig, Stefan: *Die Monotonisierung der Welt*. In: *BBC*. 1.2.1925, MA.

WEITERE PRIMÄRLITERATUR

Baťa, Tomáš: *Úvahy a projevy*. Institut řízení Praha, 1990, (Originalausgabe 1932).

Boveri, Margret / Johnson, Uwe (Hrsg.): *Verzweigungen. Eine Autobiographie*. München, DTV, 1982.

Čapek, Karel: *O věcech obecných čili Zóon politikon*. Hynek Praha, 2000. (Originalausgabe 1932).

Černík, Artuš.: *Radosti elektrického století*. In: Vlašínem, Štěpán (ed.): *Avantgarda známá a neznámá. Svazek I. Od proletářského umění k poetismu 1919 - 1924*. Svoboda Praha, 1971, S. 357 - 364, (Originalausgabe in: *Revoluční sborník Devě-
stil*, Praha, 1922).

Der große Brockhaus. Handbuch des Wissens in 20 Bänden. Bd. 6. Leipzig, 1930.

Döblin, Alfred: *Berlin und die Künstler*. In: *Die Vertreibung der Gespenster. Autobiographische Schriften, Betrachtungen zur Literatur, Aufsätze zur Kunst und Literatur*. Rütter & Loenning Berlin, 1968.

Dovifat, Emil: *Der amerikanische Journalismus. Mit einer Darstellung der journalistischen Berufsbildung*. Deutsche Verlags-Anstalt Stuttgart, 1927.

Feuchtwanger, Lion: *Herr B. Smith besichtigt die Leipziger Straße*. In: Günther, Herbert (Hrsg.): *Hier schreibt Berlin. Eine Anthologie*. , Fannei & Walz Berlin, 1989, S. 73 - 74, (Originalausgabe 1929).

Giese, Fritz: *Girlkultur. Vergleiche zwischen amerikanischem und europäischem Rhythmus und Lebensgefühl*. München, 1925.

Halfeld, Adolf: *Amerika und der Amerikanismus. Kritische Betrachtungen eines Deutschen und Europäers*. Diederichs Jena, 1927.

Hermann, Elsa (Dr.): *So ist die Neue Frau*. Avalun Verlag Hellerau, 1929.

Hessel, Franz: *Amerikanische Liebeskunst*. In: *Teigwaren, leicht gefärbt*. Arsenal Berlin, 1986, S. 73 - 76, (Originalausgabe 1926).

Hessel, Franz: *Die Kunst, Spazieren zu gehen*. In: Hessel, Franz: *Ermunterungen zum Genuß*. Arsenal Berlin, 1987, S. 106 - 111, (Originalausgabe 1933).

Huelsenbeck, Richard: *Berlin ... Endstation*. In: Günther, Herbert (Hrsg.): *Hier schreibt Berlin. Eine Anthologie*. Ullstein Berlin, 1989, S. 321 - 326, (Originalausgabe 1929).

Kerr, Alfred: *Mein Berlin. Schauplätze einer Metropole*. Aufbau-Verlag Berlin, 1999.

Keun, Irmgard: *Das kunstseidene Mädchen*. München, List Verl., 2003, S. 94. (Originalausgabe 1932).

Kracauer, Siegfried: *Der verbotene Blick. Beobachtungen, Analysen, Kritiken*. Reclam Verlag Leipzig, 1992.

Kracauer, Siegfried: *Die Angestellten. Kulturkritischer Essay*. Gustav Kiepenhauer Verlag Leipzig / Weimar, 1981, (Originalausgabe 1930).

Moog, Otto: *Drüben steht Amerika ... Gedanken nach einer Ingenieurreise durch die Vereinigten Staaten*. Georg Westermann Verlag Braunschweig, 1927.

Salomon, Alice: *Kultur im Werden. Amerikanische Reiseeindrücke*. Ullstein Berlin, 1924.

Riefenstahl, Leni: *Memoiren*. Taschen GmbH Köln, 2000.

Simmel, Georg: *Die Großstädte und das Geistesleben*. In: *Das Individuum und die Freiheit. Essays*. Wagenbach Berlin, 1984, S. 192 - 204, (Originalausgabe 1903).

Scheinpflugová, Olga: *Dvě z nás*. Praha, 1933.

Spengler, Oswald: *Der Untergang des Abendlandes. Umriss einer Morphologie der Weltgeschichte*. DTV München, 1995, (Originalausgabe 1923).

Stead William Thomas: *The Americanisation of the World; or the Trend of the Twentieth Century*. H. Markley London, 1902.

Stránská-Absolonová, Olga: *Za novou ženou*. Nakladatel B. Kočí Praha, 1920.

Teige, Karel: *Poetismus – ein Manifest*. In: Chvalík, Květoslav (Hrsg.): *Die Prager Moderne. Erzählungen, Gedichte, Manifeste.*, Suhrkamp Verlag Frankfurt/Main, 1991, (Originalausgabe 1928).

Urban, Henry F.: *Die Entdeckung Berlins*. Zentralantiquariat der DDR, Nationales Druckhaus Leipzig, 1986 (Reprint der Originalausgabe aus dem Jahr 1911).

Westermann, Franz: *Amerika wie ich es sah. Reiseskizzen eines Ingenieurs*. H. Meyer's Buchdruckerei Halberstadt, 1926.

Westheim, Paul: *Berlin, die Stadt der Künstler*. In: Günther, Herbert (Hrsg.): *Hier schreibt Berlin. Eine Anthologie.*, Ullstein Berlin, 1989, S. 247 - 252, (Originalausgabe 1929).

SEKUNDÄRLITERATUR

Allesch, Ea von; Severit, Frauke: *Wenn aus Frauen Menschen werden. Eine Biographie*. DUV Wiesbaden, 1999.

Anselm, Sigrun; Beck Barbara: *Vorwort* In: Anselm, Sigrun; Beck, Barbara (Hrsg.): *Triumph und Scheitern in der Metropole. Zur Rolle der Weiblichkeit in der Geschichte Berlins*. Dietrich Reimer Verlag Berlin, 1987.

Arntzen, Helmut: *Ursprung der Gegenwart. Zur Bewusstseinsgeschichte der Dreißiger Jahre in Deutschland*. Beltz Athenäum Verlag Weinheim, 1995.

Ankum, Katharina von: *Women in the Metropolis. Modernity in Weimar culture*. University of California Press Berkeley, 1997.

Bausinger, Hermann; Kohlmann, Theodor (Hrsg.): *Großstadt. Aspekte empirischer Kulturforschung*. Berlin, 1982.

Barth, Boris; Faltus, Josef; Křen, Jan (Hrsg.): *Konkurrenzpartnerschaft. Die deutsche und tschechische Wirtschaft in der Zwischenkriegszeit*. Klartext Verlag Essen, 1998.

Becker, Frank: *Amerikanismus in Weimar. Sportsymbole und politische Kultur 1918 - 33*, DUV Wiesbaden, 1993.

- Becker, Frank; Reinhardt-Becker, Elke (Hrsg.): *Mythos USA. „Amerikanisierung“ in Deutschland seit 1900*. Campus Verlag Frankfurt / New York, 2004.
- Bender, Thomas; Herterich, Frank; Sennett, Richard: *New York und seine Intellektuellen*. In: Prigge, Walter: *Städtische Intellektuelle. Urbane Milieus im 20. Jahrhundert*. Fischer Verlag Frankfurt am Main, 1992, S. 182 - 195.
- Beránková, Milena; Křivánková, Alena; Ruttkay, Fraňo (Hrsg.): *Dějiny žurnalistiky. III. díl. Český a slovenský tisk v letech 1918 - 1944*. Nakladatelství Novinář Praha, 1988.
- Beránková, Milena; Malec, Karel: *Dějiny české žurnalistiky do roku 1945. Stručný přehled*. Státní pedagogické nakladatelství Praha, 1976.
- Berg, Peter: *Deutschland und Amerika 1918 - 1929. Über das Amerikabild der zwanziger Jahre*. In: *Historische Studien*. Heft 385, Matthiesen Verlag Lübeck / Hamburg, 1963.
- Berger, Ursel: *Vorwort*, In: Berger, Ursel; Dollenmaier, Verena: *„Glamour“. Das Girl wird feine Dame. Frauendarstellungen in der späten Weimarer Republik*. E. A. Seemann Berlin, 2008.
- Berman, Marshall: *All that is solid melts into air. The experience of modernity*. Simon & Schuster New York, 1982.
- Bertschik, Julia: *Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770 - 1945)*. Böhlau Verlag Köln, 2005.
- Bertschik, Julia: *Vicki Baum: gelebter und inszenierter Typ der „Neuen Frau“ in der Weimarer Republik*. In: Wende, Waltraud (Hrsg.): *Nora verlässt ihr Puppenheim. Autorinnen des 20. Jahrhunderts und ihr Beitrag zur ästhetischen Innovation*. J. B. Metzler Stuttgart, 2000, S. 66 - 87.
- Bertschik, Julia: *Zopf mit Bubikopf. Modejournalismus im „Dritten Reich“ am Beispiel der Zeitschrift „Die Mode“ (1941 - 1943)*. In: Schütz, Erhard; Streim, Georg (Hrsg.): *Reflexe und Reflexionen von Modernität 1933 - 1945*. Peter Lang Berlin, 2002, S. 272 - 291.
- Beuth, Kirsten: *Die wilde Zeit der schönen Beine. Die inszenierte Frau als Körper-Masse*. In: Sykora, Katharina (Hrsg.): *Die Neue Frau. Herausforderung für die Bildmedien der Zwanziger Jahre*. Marburg, 1993, S. 95 - 106.
- Bienert, Michael: *Die eingebildete Metropole. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik*. Metzler Verlag Stuttgart, 1992.
- Birgus, Vladimír: *Tschechische Avantgarde-Fotografie 1918 - 1948*. Arnoldsche Stuttgart, 1999.
- Bingens, Christoph: *Amerika am Werk. „Das Werk“ und der Amerikanismus*. In: *archithese*, H. 5, 1994, S. 59 - 64.
- Bletter, Rosemarie Haag: *Art Deco Skyscrapers: Towers of modern Babel*. In: Hughes, Thomas P.: *Berlin - New York. Like and unlike. Essays on architecture, and art from 1870 to the present*. Rizzoli Int. Publications New York, 1993, S. 331 - 340.
- Bock, Petra: *Die Zeitschrift „Die Frauen-Tribüne“ 1933 - Wahrnehmungen und Deutungen im Übergang zum Nationalsozialismus*. In: Bock, Petra; Koblitz, Katja

(Hrsg.): *Neue Frauen zwischen den Zeiten*. Edition Hentrich Berlin, 1995, S. 244 - 269.

Bock, Petra; Koblitz, Katja (Hrsg.): *Neue Frauen zwischen den Zeiten*. Edition Hentrich Berlin, 1995.

Böhler, Michael: *High und Low. Zur transatlantischen Zirkulation von kulturellem Kapital*. In: Linke, Angelika; Tanner, Jakob (Hrsg.): *Attraktion und Abwehr. Die Amerikanisierung der Alltagskultur in Europa*. Böhlau Verlag Köln, 2006, S. 69 - 93.

Bormann, Hanns Heinrich: *Die Zeitung: Darstellung und Bericht. 1. Das Feuilleton*. In: Rockenbach, Martin (Hrsg.): *Wege nach Orplid. Bd. 22*. Orplid Verlag Mönchengladbach, o. J.

Brabec, Jiří: *Diskurs pátečníků*. In: Janáček, Pavel; Tydlitát, Jan (Hrsg.): *Pátečníci a Karel Poláček. Sborník příspěvků sympozia*. Rychnov nad Kněžnou, 2001, S. 8 - 13.

Bracher, Karl Dietrich: *Einleitung*. In: Gay, Peter: *Republik der Außenseiter. Geist und Kultur in der Weimarer Zeit 1918 - 1933*. S. Fischer Verlag Frankfurt am Main, 1970, S. 11.

Broklová, Eva: *Češi a Slováci 1918 - 1938*. In: *Sociologický časopis*, Jg. 29, Nr. 1, Praha, 1993, S. 25 - 42.

Brüning, Ute: *Bauhäusler zwischen Propaganda und Wirtschaftswerbung*. In: Nerdinger, Winfried (Hrsg.): *Bauhaus-Moderne im Nationalsozialismus. Zwischen Anbiederung und Verfolgung*. Prestel Verlag München, 1993, S. 24 - 47.

Burešová, Jana: *Proměny společenského postavení českých žen v první polovině 20. století*. Katedra historie, Univerzity Palackého Olomouc, 2001.

Buriánek, František: *Česká literatura první poloviny XX. Století*. Československý spisovatel Praha, 1981.

Čížková, Františka: *Pocita eleganci*. In: *Týden*, Nr. 40, 1996, S. 55 - 59.

Cowan, Michael; Sicks, Kai M.: *Leibhaftige Moderne. Körper in Kunst und Massenmedien 1918 bis 1933*. Bielefeld, 2005.

Czaja, Marek: *Die USA und ihr Aufstieg zur Weltmacht um die Jahrhundertwende: Die Amerika-Perzeption der Parteien im Kaiserreich*. Duncker & Humblot Berlin, 2006.

Doering-Manteuffel, Anselm: *Wie westlich sind die Deutschen?* Vandenhoeck und Ruprecht Göttingen, 1999.

Engelmann, Bert: *Berlin. Eine Stadt wie keine andere*. Bertelsmann Verlag München, 1986.

Erbe, Michael: *Aufstieg zur Weltstadt*. In: Rytlewski Ralf; Süß, Werner (Hrsg.): *Berlin. Die Hauptstadt. Vergangenheit und Zukunft einer europäischen Metropole*. Bundeszentrale für politische Bildung Jäger, Christian; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Glänzender Asphalt. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik*. Fannei & Walz Berlin, 1994. 1999, S. 52 - 81.

Fainstein, Norman I.: *Transformationen im industriellen New York: Politik, Gesellschaft und Ökonomie. 1880 - 1973*. In: Häußermann, Hartmut; Siebel, Walter (Hrsg.): *New York. Strukturen einer Metropole*. Suhrkamp Frankfurt am Main, 1993, S. 27 - 50.

Fehl, Gerhard: *Welcher Fordismus eigentlich?* In: RWTH Aachen; Stiftung Bauhaus Dessau; (Hrsg.): *Zukunft aus Amerika. Fordismus in der Zwischenkriegszeit. Siedlung Stadt Raum*. Stiftung Bauhaus Dessau, 1995, S. 18 - 37.

Fejlek, Vojtěch: *Melantrich. Nepodlehne ani ohni ani meči*. Praha, 1998.

Ferber, Christian (Hrsg.): *Die Dame. Ein deutsches Journal für den verwöhnten Geschmack 1912 bis 1943*. Ullstein Berlin, 1980.

Frais, Josef: *Trojhvězdi nesmrtelných. Tragické osudy největších filmových hvězd. Lída Baarová, Adina Mandlová, Nataša Gollová*. Formát Praha, 1998.

Frevert, Ute: *Kunstseidener Glanz. Weibliche Angestellte*. In: Schmidt, Maruta; Soden, Kristine von (Hrsg.): *Neue Frauen. Die Zwanziger Jahre. BilderLeseBuch*. Elefant Press Berlin, 1988, S. 25 - 31.

Fritzsche, Peter: *Reading Berlin 1900*. Harvard University Press Cambridge / London, 1996.

Gabler, Neal: *Das Leben, ein Film. Die Eroberung der Wirklichkeit durch das Entertainment*. Berlin Verlag Berlin, 1999.

Galvan, Elisabeth: *Mütter-Reich. Zur deutschen Erzählprosa der Dreißiger Jahre*. Verlag Hans-Dietrich Heinz Stuttgart, 1994.

Gassert, Philipp: *Amerika im Dritten Reich. Ideologie, Propaganda und Volksmeinung 1933 - 1945*. Franz Steiner Verlag Stuttgart, 1997.

Gay, Peter: *Die Republik der Außenseiter. Geist und Kultur in der Weimarer Zeit: 1918 - 1933*. Fischer Verlag Frankfurt am Main, 1970.

Giazitzidis, Katja: *Eine goldene Zeit für den Tanz – die Zwanziger*. In: Bock, Petra; Koblitz, Katja (Hrsg.): *Neue Frauen zwischen den Zeiten*. Edition Hentrich Berlin, 1995, S. 194 - 219.

Girouard, Marc: *Die Stadt*. Canopus Verlag Frankfurt am Main, 1987.

Göktürk, Deniz: *Künstler, Cowboys, Ingenieure ... Kultur- und mediengeschichtliche Studien zu deutschen Amerika-Texten 1912 - 1920*. Wilhelm Fink Verlag München, 1998.

Graf, Rüdiger: *Die Zukunft der Weimarer Republik. Krisen und Zukunftsaneignungen in Deutschland 1918 - 1933*. Oldenbourg München, 2008.

Grexa, Ján: *Športové a telovýchovné spolky ako súčasť formovania občianskej spoločnosti*. In: Mannová, Elena (ed.): *Mešťanstvo a občianska spoločnosť na Slovensku 1900 - 1989*. AEP Bratislava, 1998, S. 231 - 243.

Grunberger, Richard: *A history of the Third Reich*. Weidenfeld and Nicolson, London, 1971.

Haacke, Wilmont: *Feuilletonkunde: Das Feuilleton als literarische und journalistische Gattung. Handbuch des Feuilletons Bd. II*. Emsdetten, 1951.

Haase, Birgit: *Metamorphose des Girl. Tendenzen der Damenmode in der späten Weimarer Republik*. In: Berger, Ursel; Dollenmaier, Verena: „Glamour“. *Das Girl wird feine Dame. Frauendarstellungen in der späten Weimarer Republik*. E.A: Seemann Berlin, 2008, S. 27 - 44.

Hachtmann, Rüdiger: „Die Begründer der amerikanischen Technik sind fast lauter schwäbisch-alemannische Menschen“. *Nazi-Deutschland, der Blick auf die USA*

und die „Amerikanisierung“ der industriellen Produktionsstrukturen im „Dritten Reich“. In: Lüdtke, Alf; Maršolek, Inge; Saldern, Adelheid von: *Amerikanisierung: Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*, Franz Steiner Verlag Stuttgart, 1996, S. 37 - 66.

Harma, Josef; Kamenec, Ivan: *Na společné cestě: Česká a slovenská kultura mezi dvěma válkami*. Praha, 1988.

Haußer, Christian: *Amerikanisierung der Arbeit? Deutsche Wirtschaftsführer und Gewerkschaften im Streit um Ford und Taylor (1919 - 1932)*. Stuttgart, 2008.

Häußermann, Hartmut: *Wohnen in Berlin. Die Entwicklung sozialräumlicher Strukturen*. In: Rytlewski, Ralf; Süß, Werner: *Berlin. Die Hauptstadt. Vergangenheit und Zukunft einer europäischen Metropole*. Bd. 362. Bundeszentrale für politische Bildung Bonn, 1999, S. 468 - 501.

Hustedt, Birgit: *Die wilden Jahre in Berlin. Eine Klatsch- und Kulturgeschichte der Frauen*. Edition Ebersbach Dortmund, 1999.

Hermant, Jost; Trommler, Frank: *Die Kultur der Weimarer Republik*. Fischer Taschenbuch Verlag Frankfurt am Main, 1988.

Heuerkamp, Claudia: *Frauen, Universitäten und Bildungsbürgertum. Zur Lage studierender Frauen 1900 - 1930*. In: Siegrist, Hannes: *Bürgerliche Berufe. Zur Sozialgeschichte der freien und akademischen Berufe im internationalen Vergleich*. Vandenhoeck & Rupprecht Göttingen, 1988, S. 200 - 222.

Hickethier, Knut: *Kino Kino*. In: Hickethier, Knut; Schwelling, Michael; Kayser, Gisela; Lessing, Jan: *Mythos Berlin. Zur Wahrnehmungsgeschichte einer industriellen Metropole. Eine szenische Ausstellung auf dem Gelände des Anhalter Bahnhofs*. Ästhetik und Kommunikation Verlags-GmbH Berlin, 1987, S. 143 - 151.

Hildenbrandt, Fred: *... ich soll dich grüßen von Berlin. 1922 - 1932. Berliner Erinnerungen ganz und gar unpolitisch*. Ehrenwirth Verlag München, 1966.

Hoffmann-Axthelm, Dieter: *Mythos – Stadt – Wahrnehmung*. In: Hickethier, Knut u. a.: *Katalog zur Ausstellung auf dem Gelände des Anhalter Bahnhofs: Mythos Berlin. Zur Wahrnehmungsgeschichte einer industriellen Metropole. Eine szenische Ausstellung am Anhalter Bahnhof*. Ästhetik und Kommunikation Verlags-GmbH Berlin, 1987, S. 41 - 58.

Honzáková, Albína: *Československé studentky let 1890 - 1930*. Minerva Praha, 1930.

Horská, Pavla: *Žena v Praze na přelomu 19. a 20. století*. In: Ledvinka, Václav; Pešek, Jiří: *Žena v dějinách Prahy*. Scriptorium Praha, 1996, S. 195 - 201.

Hughes, Thomas P.: *Die Erfindung Amerikas. Der technologische Aufstieg der USA seit 1870*. C. H. Beck München, 1989.

Hughes, Thomas P.: *The city as creator and creation*. In: Hughes, Thomas P.: *Berlin – New York. Like and unlike. Essays on architecture, and art from 1870 to the present*. Rizzoli Int. Publications New York, 1993.

Huyssen, Andreas: *After the Great Divide: Modernism, mass culture, postmodernism*. Bloomington, 1986.

Illing, Frank: *Jan Mukařovský und die Avantgarde. Die strukturalistische Ästhetik im Kontext von Poetismus und Surrealismus*. Aisthesis Verlag Bielefeld,, 2001, S.63 - 97.

Jäger, Christian: *Wachträume unter dem Strich. Zum Verhältnis von Feuilleton und Denkbild*. In: Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Die lange Geschichte der Kleinen Form. Beiträge zur Feuilletonforschung*. Weidler Berlin, 2000, S. 229 - 242.

Jäger, Christian; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Glänzender Asphalt. Berlin im Feuilleton der Weimarer Republik*. Fannei & Walz Berlin, 1994.

Jäger, Christian; Schütz, Erhard: *Städtebilder zwischen Literatur und Journalismus: Wien, Berlin und das Feuilleton der Weimarer Republik*. DUV Wiesbaden, 1999.

Jäger, Georg: *Das Zeitungsfeuilleton als literaturwissenschaftliche Quelle. Probleme und Perspektiven seiner Erschließung*. In: Martens, Wolfgang (Hrsg.): *Bibliographische Probleme im Zeichen eines erweiterten Literaturbegriffs: 2. Kolloquium zur bibliographischen Lage in der germanistischen Literaturwissenschaft*. Weinheim, 1988, S. 53 - 71.

Jakubec, Ivan: *Verkehrsfragen in den deutsch-tschechoslowakischen Beziehungen der zwanziger Jahre*. In: Boyer, Christoph: *Nationale Kontrahenten oder Partner? Studien zu den Beziehungen zwischen Tschechen und Deutschen in der Wirtschaft der ČSR (1918 - 1938)*. Oldenbourg Verlag München, 1999, S. 43 – 57.

Kaes, Anton: *Massenkultur und Modernität*. In: Trommler, Frank (Hrsg.): *Amerika und die Deutschen. Bestandsaufnahme einer 300-jährigen Geschichte*. Westdeutscher Verlag Opladen, 1986, S. 651 - 666.

Kähler, Hermann: *Berlin – Asphalt und Licht. Die große Stadt in der Literatur der Weimarer Republik*. Dietz Verlag Berlin, 1986.

Kater, Michael H.: *Gefährliche Attraktion. Der Reiz amerikanischer Unterhaltungskultur auf Jugendliche im Dritten Reich*. In: Linke, Angelika; Tanner, Jakob (Hrsg.): *Attraktion und Abwehr. Die Amerikanisierung der Alltagskultur in Europa.*, Böhlau Verlag Köln, 2006, S. 177 - 193.

Kaufmann, Kai: *Zur derzeitigen Situation der Feuilleton-Forschung*. In: Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Die lange Geschichte der Kleinen Form. Beiträge zur Feuilletonforschung*. Weidler Berlin, 2000, S. 10 - 24.

Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Die lange Geschichte der Kleinen Form. Beiträge zur Feuilletonforschung*. Weidler Buchverlag Berlin, 2000.

Klautke, Egbert: *Amerika im Widerstreit. Vergleichende Untersuchungen zur Auseinandersetzung mit den Vereinigten Staaten in Deutschland und Frankreich während der „Klassischen Moderne“ (1900-1933)*. Heidelberg, 2003.

Knödler-Bunte, Eberhard: *Mythos Berlin. Wahrnehmungsgeschichte einer industriellen Metropole*. In: Hickethier, Knut u. a.: *Mythos Berlin. Zur Wahrnehmungsgeschichte einer industriellen Metropole. Eine szenische Ausstellung auf dem Gelände des Anhalter Bahnhofs*. Ästhetik und Kommunikation Verlags-GmbH Berlin, 1987, S. 13 - 16.

Koch, Christiane: *Sachlich, sportlich, sinnlich. Frauenkleidung in den zwanziger Jahren*. In: Schmidt, Maruta; Soden, Kristine von (Hrsg.): *Neue Frauen. Die Zwanziger Jahre. BilderLeseBuch*. Elefanten Press Berlin, 1988, S. 16 - 24.

Koch, Christiane: *Schreibmaschine, Bügeleisen und Muttertagssträuße. Der bescheidene Frauenalltag in den zwanziger Jahren*. In: Schmidt, Maruta; Soden, Kristine von (Hrsg.): *Neue Frauen. Die Zwanziger Jahre. BilderLeseBuch*. Elefanten Press Berlin, 1988, S. 89 - 101.

Köhn, Eckhardt: *Straßenrausch. Flanerie und die kleine Form. Versuch zur Literaturgeschichte des Flaneurs bis 1933*. Arsenal Berlin, 1989.

König, Helmut: *Soziologie und Leidenschaften. Die Masse im bürgerlichen Zeitalter*. Rowohlt Reinbek bei Hamburg, 1992.

Kolár, Jaroslav: *Tři otázky nad Čapkovými pátečníky*. In: Janáček, Pavel; Tydlitát, Jan (Hrsg.): *Pátečníci a Karel Poláček. Sborník příspěvků symposia*. Rychnov nad Kněžnou, 2001, S. 19 - 22.

Kollontai, Alexandra: *Wege der Liebe*. Morgenbuch Verlag Berlin, 1992.

Koonz, Claudia: *Mothers in the fatherland: Women in Nazi Germany*. In: Bridenthal, Renate; Grossmann, Atina; Kaplan, Marion: *When biology became destiny. Women in Weimar and Nazi Germany*. Monthly Review Press New York, 1984, S. 450.

Koonz, Claudia: *Mothers in the fatherland: Women in Nazi Germany*. In: Bridenthal, Renate; Koonz, Claudia (ed.): *Becoming visible. Women in European history*. Boston, 1977, S. 445 - 473.

Koszyk, Kurt: *Deutsche Pressen 1914 - 1945. Geschichte der deutschen Presse Teil III*. Colloquium Verlag Berlin, 1972.

Kroutvor, Josef: *Pátečníci jako společenská instituce*. In: Janáček, Pavel; Tydlitát, Jan (Hrsg.): *Pátečníci a Karel Poláček. Sborník příspěvků symposia*. Rychnov nad Kněžnou, 2001, S. 14 - 18.

Kübler, Sabine; Kuhn, Annette; Wirtz, Wilma (Hrsg.): *Frauenalltag und Frauenbewegung im 20. Jahrhundert. Bd. 3: Frauen im deutschen Faschismus 1933-1945*. Frankfurt am Main, 1980.

Kundera, Milan: *Einleitung*. In: Chvalík, Květoslav (Hrsg.): *Die Prager Moderne. Erzählungen, Gedichte, Manifeste*. Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main, 1991, S. 18.

Landgrebe, Christiane; Kister, Cornelia: *Flaneure, Musen, Bohemiens. Literaten in Berlin*. Ullstein Berlin, 1998.

Ledvinka, Václav; Pešek, Jiří: *Žena v dějinách Prahy*. Scriptorium Praha, 1996.

Leiß, Ingo; Stadler, Hermann: *Deutsche Literaturgeschichte. Bd. 8: Wege in die Moderne. 1890 - 1918*. DTV München, 1997.

Lenderová, Milena: *K hříchu i k motlitbě. Žena v minulém století*. Mladá Fronta Praha, 1999.

Linke, Angelika; Tanner, Jakob: *Amerika als „gigantischer Bildschirm Europas“*. In: Linke, Angelika; Tanner, Jakob (Hrsg.): *Attraktion und Abwehr. Die Amerikanisierung der Alltagskultur in Europa*. Böhlau Verlag Köln, 2006, S. 1 - 33.

Lüdtke, Alf; Maršolek, Inge; Saldern, Adelheid von: *Amerikanisierung. Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*. Franz Steiner Verlag Stuttgart, 1996.

- Mayer, Dieter: *Die Epoche der Weimarer Republik*. In: Žmegač, Viktor (Hrsg.): *Geschichte der deutschen Literatur vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart*. Bd. III/1: 1918 - 1945. Athenäum Verlag Weinheim, 1994, S. 1 - 20.
- McGee, Marc: *Berlin 1925 – 1946 – 2000*. Nicolaische Verlagsbuchhandlung Berlin, 2000.
- Moravcová-Stará, Mirjam: *Žena ve městě*. In: *Lidé města*. Institut základu vzdělanosti Univerzity Karlovy. Ethos Praha, 1993.
- Motl, Stanislav: *Mraky nad Barandovem*. Rybka Publishers Praha, 2006.
- Müller, Lothar: *Modernität, Nervosität und Sachlichkeit. Das Berlin der Jahrhundertwende als Hauptstadt der „neuen Zeit“*. In: Hickethier, Knut u. a.: *Mythos Berlin. Zur Wahrnehmungsgeschichte einer industriellen Metropole. Eine szenische Ausstellung am Anhalter Bahnhof*. Ästhetik und Kommunikation Verlags-GmbH Berlin, 1987, S. 79 - 92.
- Müller, Doris: *Gefährliche Fahrten. Das Automobil in Literatur und Film um 1900*. Königshausen & Neumann Würzburg, 2004.
- Müller, Lothar: *Die Großstadt als Ort der Moderne. Über Georg Simmel*. In: Scherpe, Klaus R.: *Die Unwirklichkeit der Städte. Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne*. Rowohlt Reinbek bei Hamburg, 1988, S. 14 - 36.
- Müller-Bach, Inka: *„Weibliche Kultur“ und „stahlhartes Gehäuse“*. Zur Thematisierung des Geschlechterverhältnisses in den Soziologien Georg Simmels und Max Webers. In: Anselm, Sigrun; Beck, Barbara (Hrsg.): *Triumph und Scheitern in der Metropole. Zur Rolle der Weiblichkeit in der Geschichte Berlins*. Dietrich Reimer Verlag Berlin, 1987, S. 115 - 140.
- Nave-Herz, Rosemarie: *Die Geschichte der Frauenbewegung in Deutschland*. Bundeszentrale für politische Bildung Bonn, 1997.
- Nerdinger, Winfried: *Modernisierung – Bauhaus – Nationalsozialismus*. In: Nerdinger, Winfried (Hrsg.): *Bauhaus-Moderne im Nationalsozialismus. Zwischen Anbiederung und Verfolgung*. Prestel Verlag München, 1993, S. 24 - 47.
- Neumann, Dietrich: *„Die Wolkenkratzer kommen!“ Deutsche Hochhäuser der Zwanziger Jahre. Debatten, Projekte, Bauten*. Friedrich Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft Braunschweig / Wiesbaden, 1995.
- Nipperdey, Thomas: *Wie das Bürgertum die Moderne fand*. Reclam Berlin, 1998.
- Offner, Arnold A.: *Forschungen zum deutsch-amerikanischen Verhältnis. Eine kritische Stellungnahme*. In: Trommler, Frank (Hrsg.): *Amerika und die Deutschen. Bestandsaufnahme einer 300-jährigen Geschichte*. Westdeutscher Verlag Opladen, 1986, S. 514 - 527.
- Oltmann, Joachim: *Stadt der Zukunft, Reich des Bösen. Wie New York, Weltmetropole des Fortschritts, bei den Deutschen aus dem Kaiserreich Sehnsüchte weckte – und Vernichtungsfantasien*. In: *Die Zeit*, Nr. 37, (September) 2002.
- Opitz, Michael; Plath, Jörg: *„Genieße, was du nicht hast.“ Der Flaneur Franz Hessel*. Königshausen & Neumann Würzburg, 1997.
- Oschilewski, Walter Georg: *Zeitungen in Berlin: Im Spiegel der Jahrhunderte*. Haude & Spenerische Verlagsbuchhandlung Berlin, 1975.

Osvaldová, Barbora: *Fejeton*. In: Kopáč, Radim; Osvaldová, Barbora: *O fejetonu, s fejetonem (sborník textu a žánrů)*. Univerzita Karlova v Praze, Karolinum, 2007, S. 5 - 17.

Otto, Viktor: *Deutsche Amerika-Bilder. Zu den Intellektuellen-Diskursen um die Moderne 1900 - 1950*. Wilhelm Fink Verlag München, 2006.

Pachmanová, Martina: *Ženy gender & moderní umění*, www.zenyvumeni.cz.

Pešková, Jaroslava: *Proč právě ženy?* In: Ledvinka, Václav; Pešek, Jiří: *Žena v dějinách Prahy*. Scriptorium Praha, 1996, S. 13 - 20.

Peukert, Detlev J. K.: *Die Weimarer Republik. Krisenjahre der Moderne*. Suhrkamp Frankfurt am Main, 1987.

Pfister, Gertrud: *Sportstadt Berlin*. In: Sportmuseum Berlin (Hrsg.): *Sport in Berlin. Kulturhistorische Schätze aus der Olympia-Stadt.*, Verlag Dirk Nishen Berlin, 1991, S. 8 - 16.

Pini, Udo: *Liebeskult und Liebeskitsch. Erotik im Dritten Reich*. Klinkhardt & Berimann München, 1992.

Plath, Jörg: *Liebhaber der Großstadt: Ästhetische Konzeptionen im Werk Franz Hessels*. Igel Verlag Paderborn, 1994.

Prigge, Walter: *Geistesgeschichte und Stadtgeschichte: Wien, Frankfurt, Paris. Eine Skizze*. In: Prigge, Walter (Hrsg.): *Städtische Intellektuelle. Urbane Milieus im 20. Jahrhundert*. Fischer Verlag Frankfurt am Main, 1992, S. 12 - 46.

Prümm, Karl: *Die Stadt der Reporter und Kinogänger bei Roth, Brentano und Krauer. Das Berlin der zwanziger Jahre im Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“*. In: Scherpe, Klaus R. (Hrsg.): *Die Unwirklichkeit der Städte. Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne*. Rowohlt Reinbek bei Hamburg, 1998, S. 80 - 105.

Radkau, Joachim: *Amerikanisierung als deutsches Nervenproblem. Von der nervösen zur coolen Modernität*. In: RWTH Aachen; Stiftung Bauhaus Dessau (Hrsg.): *Zukunft aus Amerika. Fordismus in der Zwischenkriegszeit. Siedlung Stadt Raum*. Stiftung Bauhaus Dessau, 1995, S. 106 - 123.

Reiling, Johannes: *Deutschland: Safe for Democracy? Deutsch-amerikanische Beziehungen aus dem Tätigkeitsbereich Heinrich F. Alberts, kaiserlicher Geheimrat in Amerika, erster Staatssekretär der Reichskanzlei der Weimarer Republik, Reichsminister, Betreuer der Ford-Gesellschaften im Herrschaftsgebiet des Dritten Reichs 1914 bis 1945*. Franz Steiner Verlag Stuttgart, 1997.

Rings, Guido: *Leni Riefenstahls „Olympia“. A Documentary Film as Instrument of Propaganda?* In: JUNI, *Magazin für Literatur und Politik. Spielräume des Einzelnen. Deutsche Literatur in der Weimarer Republik und im Dritten Reich*. Weidler Verlag Berlin, 1999, S. 151 - 168.

Rosenhaft, Eve: *Lesewut, Kinosucht, Radiotismus: Zur (geschlechter-)politischen Relevanz neuer Massenmedien in den 1920er Jahren*. In: Lüdtkke, Alf; Maršolek, Inge; Saldern, Adelheid von: *Amerikanisierung: Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*. Franz Steiner Verlag Stuttgart, 1996, S. 119 - 143.

Rössler, Patrick: *die neue linie 1929 - 1943. das bauhaus am kiosk. Katalog zur Ausstellung im Bauhaus-Archiv*. Kerber Verlag Berlin, 2007.

Rother, Rainer: *Die Effekte der Unterhaltung*. In: Jacobsen, Wolfgang: *Babelsberg das Filmstudio*. Argon Berlin, 1992, S. 175- 204.

Rother, Rainer: *Leni Riefenstahl. Die Verführung des Talents*. Wilhelm Heyne Verlag München, 2002.

Rutschky, Michael: *Wie wir Amerikaner wurden. Eine deutsche Entwicklungsgeschichte*. Ullstein Berlin / München, 2004.

RWTH Aachen; Stiftung Bauhaus Dessau (Hrsg.): *Zukunft aus Amerika: Fordismus in der Zwischenkriegszeit. Siedlung Stadt Raum*. Stiftung Bauhaus Dessau, 1995.

Saldern, Adelheid von: *Selbstbild im Spiegel. Amerikanische Identität im Verhältnis zu Europa – die 1920er Jahre*. In: Linke, Angelika; Tanner, Jacob (Hrsg.): *Attraktion und Abwehr. Die Amerikanisierung der Alltagskultur in Europa*. Böhlau Verlag Köln, 2006, S. 117 - 136.

Schächte, Wolfgang: *Die unsichtbare Stadt*. In: Hickethier, Knut u. a.: *Mythos Berlin. Zur Wahrnehmungsgeschichte einer industriellen Metropole. Eine szenische Ausstellung am Anhalter Bahnhof*. Ästhetik und Kommunikation Verlags-GmbH Berlin, 1987, S. 105 - 117.

Schäffling, Rosa Friderika: *Die repräsentativen Zeitschriften, ihre Entwicklung und Bedeutung in Deutschland, Italien, Frankreich, England und in den USA*. München, 1949.

Schebera, Jürgen: *Damals in Neubabelsberg. Studios, Stars und Kinopaläste der zwanziger Jahre*. Edition Leipzig, 1989.

Scheinpflugová, Olga: *Byla jsem na světě*. Mladá Fronta Praha, 1994.

Schmidt, Alexander: *Reisen in die Moderne. Der Amerika-Diskurs des deutschen Bürgertums vor dem Ersten Weltkrieg im europäischen Vergleich*. Akademie Verlag Berlin, 1997.

Schmidt-Ruhe, Bernd: *Fakten und Fiktionen. Untersuchungen zur Wissenschaftsberichterstattung im deutschsprachigen Feuilleton der Tagespresse des 20. Jahrhunderts*. Konstanzer Online-Publikations-System (KOPS) 2007, <http://www.ub.uni-konstanz.de/kops/volltexte/2007/2314/>.

Schmitt-Ott, Anja C.: „Die Frau hat die Aufgabe, schön zu sein und Kinder zur Welt zu bringen.“ *Das Bild der Frau im Dritten Reich – zwischen nationalsozialistischem Dogma und populären Frauenzeitschriften*. In: JUNI, Magazin für Literatur und Politik. *Spielräume des Einzelnen. Deutsche Literatur in der Weimarer Republik und im Dritten Reich*. Weidler Verlag Berlin, 1999, S. 245 - 264.

Schmitz, Walter von; Udolph, Ludger (Hrsg.): *Tripolis Prag*. Thelem Dresden, 2001.

Schön, Erich: *Sozialgeschichtliche Literaturwissenschaft*. In: Brackert, Helmut; Stückrath, Jörn (Hrsg.): *Literaturwissenschaft. Ein Grundkurs*. Rowohlt Reinbek bei Hamburg, 2000, S. 606 - 618.

Schreiber, Matthias: *Competition of the centers: A cultural and philosophical comparison*. In: Hughes, Thomas P.: *Berlin – New York. Like and unlike. Essays on architecture, and art from 1870 to the present*. Rizzoli Int. Publications New York, 1993, S. 481 - 493.

Schüler, Liane: *Vom Ernst der Zerstreuung. Schreibende Frauen am Ende der Weimarer Republik: Marieluise Fleißer, Irmgard Keun und Gabriele Tergit*. Aisthesis Verlag Bielefeld, 2005.

Schütte, Jürgen; Sprengel, Peter (Hrsg.): *Die Berliner Moderne, 1885 - 1914*. Philipp Reclam Jun. Stuttgart, 1987.

Schütz, Erhard: *Fließband – Schlachthof – Hollywood. Literarische Phantasien über die Maschine USA*. In: Schütz, Erhard (Hrsg.): *Willkommen und Abschied der Maschinen. Literatur und Technik – Bestandsaufnahme eines Themas*. Klartext Verlag Essen, 1988, S. 123 - 143.

Schütz, Erhard: „Ich zeichne das Gesicht der Zeit“. *Skizzen zu Feuilleton und Feuilletonforschung aus der und zu der Zeit von 1918 und 1945*. In: Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Die lange Geschichte der Kleinen Form. Beiträge zur Feuilletonforschung*. Weidler Berlin, 2000, S. 177 - 188.

Schütz, Erhard: *Romane der Weimarer Republik*. Wilhelm Fink Verlag München, 1986.

Schütz, Erhard: *Von Fräulein Larissa zu Fräulein Dr. Kohler? Zum Status von Reporterinnen in der Weimarer Republik – das Beispiel Gabriele Tergit*. In: Fähnders, Walter; Karrenbrock, Helga (Hrsg.): *Autorinnen der Weimarer Republik*. Aisthesis Verlag Bielefeld, 2003, S. 215 - 237.

Schütz, Erhard; Streim, Gregor (Hrsg.): *Reflexe und Reflexionen von Modernität 1933 - 1945*. Peter Lang Berlin, 2002.

Schütz, Erhard; Wegmann, Thomas: *Medien*. In: Berg, Christa (Hrsg.): *Handbuch der deutschen Bildungsgeschichte*. C. H. Beck Verlag München, 1989, S. 371 - 406.

Secká, Milena: *Americký klub dam*. In: *Národopisný časopis*, Jg. 82, Nr. 1, Praha, 1995, S. 55 - 62.

Siebenhaar, Klaus (Hrsg.): *Billy Wilder. Der Prinz von Wales geht auf Urlaub. Berliner Reportagen, Feuilletons und Kritiken der zwanziger Jahre*. Berlin, Fannei & Walz, 1996.

Siebenhaar, Klaus; Wegmann, Thomas: *Berlin wirbt! Metropolenwerbung zwischen Verkehrsreklame und Stadtmarketing 1920 - 1995*, FAB Verlag Berlin,, 1995.

Smuda, Manfred: *Die Großstadt als Text*. Wilhelm Fink Verlag München, 1992.

Söseman, Bernd: *Exerzierfeld und Labor deutscher Geschichte. Berlin im Wandel der deutschen und europäischen Politik zwischen 1848 und 1933*. In: Rytlewski, Ralf; Süß, Werner: *Berlin. Die Hauptstadt. Vergangenheit und Zukunft einer europäischen Metropole*. Bd. 362. Bundeszentrale für politische Bildung Bonn, 1999, S. 100 - 120.

Söseman, Bernd: *Politik im Feuilleton – Feuilleton in der Politik. Überlegungen zur kommunikationshistorischen Bedeutung literarischer Texte und zu ihrer medienwissenschaftlichen Interpretation*. In: Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Die lange Geschichte der Kleinen Form. Beiträge zur Feuilletonforschung*. Weidler Berlin, 2000, S. 40 - 59.

Sportmuseum Berlin (Hrsg.): *Sport in Berlin. Kulturhistorische Schätze aus der Olympia-Stadt*. Verlag Dirk Nishen Berlin, 1991.

Štemberková, Marie: *Doktorky filozofie a medicíny na pražské univerzitě od r. 1901 do konce první světové války*. In: Ledvinka, Václav; Pešek, Jiří: *Žena v dějinách Prahy*. Scriptorium Praha, 1996, S. 213 - 218.

Stephan, Alexander; Vogt, Jochen (Hrsg.): *Das Amerika der Autoren. Von Kafka bis 09/11*. Wilhelm Fink Verlag München, 2006.

Sykora, Katharina: *Die „Hure Babylon“ und die „Mädchen mit dem eiligen Gang“. Zum Verhältnis von „Weiblichkeit“ und „Metropole“ im Straßenfilm der Zwanziger Jahre*. In: Sykora, Katharina (Hrsg.): *Die Neue Frau. Die Herausforderung für die neuen Bildmedien*. Marburg, 1993, S. 119 - 140.

Sykora, Katharina: *Die Neue Frau. Ein Alltagsmythos der Zwanziger Jahre*. In: Sykora, Katharina (Hrsg.): *Die Neue Frau. Die Herausforderung für die neuen Bildmedien*. Marburg, 1993, S. 9 - 24.

Tabášek, Arnošt: *Adina Mandlová. Fámy a skutečnost*. Formát Praha, 2003.

Thalmann, Rita: *Frauendasein im Dritten Reich*. Hanser München, 1984.

Theuer, Werner: *Zeitungsstadt*. In: Hickethier, Knut u. a.: *Mythos Berlin. Zur Wahrnehmungsgeschichte einer industriellen Metropole. Eine szenische Ausstellung am Anhalter Bahnhof*. Ästhetik und Kommunikation Verlags-GmbH Berlin, 1987, S. 167 - 170.

Thomä, Dieter: *Unter Amerikanern. Eine Lebensart wird besichtigt*. C. H. Beck München, 2000.

Todorow, Almut: *Das Feuilleton der „Frankfurter Zeitung“ in der Weimarer Republik. Zur Grundlegung einer rhetorischen Medienforschung*. Max Niemeyer Verlag Tübingen, 1996.

Todorow, Almut: *Das Feuilleton im medialen Wandel der Tageszeitung im 20. Jahrhundert. Konzeptionelle und methodische Überlegungen zu einer kulturwissenschaftlichen Feuilletonforschung*. In: Kaufmann, Kai; Schütz, Erhard (Hrsg.): *Die lange Geschichte der Kleinen Form. Beiträge zur Feuilletonforschung*. Weidler Berlin, 2000, S. 25 - 39.

Trimbron, Jürgen: *Riefenstahl. Eine deutsche Karriere*. Aufbau Taschenbuch Verlag Berlin, 2002.

Trommler, Frank (Hrsg.): *Amerika und die Deutschen. Bestandsaufnahme einer 300-jährigen Geschichte*. Westdeutscher Verlag Opladen, 1986.

Uchalová, Eva: *Česká móda 1918 - 1939. Elegance první republiky*. Olympia Praha, 1996.

Uwe, Japp: *Hermeneutik*. In: Brackert, Helmut; Stückrath, Jörn (Hrsg.): *Literaturwissenschaft. Ein Grundkurs*. Rowohlt Reinbek bei Hamburg, 2000, S. 581 - 593.

Voss, Dietmar: *Die Rückseite der Flanerie. Versuch über ein Schlüsselphänomen der Moderne*. In: Scherpe, Klaus R. (Hrsg.): *Die Unwirklichkeit der Städte. Großstadtdarstellungen zwischen Moderne und Postmoderne*. Rowohlt Reinbek bei Hamburg, 1998, S. 37 - 60.

Vrbová, Marie: *Výstava o eleganci první republiky*. In: *Svobodné slovo*. Nr. 243, (16.10.) 1996, S. 13.

Wellmann, Angelika: *Der Spaziergang. Stationen eines poetischen Codes*. Würzburg, 1991.

Wildenhahn, Barbara: *Feuilleton zwischen den Kriegen. Die Form der Kritik und ihre Theorie*. Wilhelm Fink Verlag München, 2008.

Wilhelms, Kerstin: *Frauenzeitschriften in der Weimarer Republik*. In: Soden, Kristine von u. a.: *Hart und Zart: Frauenleben 1920 - 1970*. Elefanten Press Berlin, 1990, S. 53 - 60.


Wilson, Elisabeth: *Begegnungen mit der Sphinx. Stadtleben, Chaos und Frauen*. Birkhäuser Verlag Berlin, 1991.

Wittrock, Christine: *Weiblichkeitsmythen. Das Frauenbild im Faschismus und seine Vorläufer in der Frauenbewegung der 20er Jahre*. Sendler München, 1983.

Zubercová, Magdaléna M.: *Die Bekleidungskultur des Bürgertums in der Slowakei 1900 - 1918*. In: Mannová, Elena (Hrsg.): *Bürgertum und bürgerliche Gesellschaft in der Slowakei 1900 - 1989*. AEP Bratislava, 1998, S. 213 - 221.

10 Bildanhang

Americká moda poslední minuty.



*Jeden ze sta vzorů vyjadřujících přepych a eleganci vysokého amerického módního
Těch klasické formy a vřeholně dokonalé provedení splňují i ty nejnáročnější
požadavky.* ★ Americké oddělení Domu Služby Baťa Praha, Václavské nám.
Brno, Kobližná
Zlín, Náměstí Práce

Abb. 1 / Titelbild: Baťa Werbung für Damenschuhe. In: Eva, Jg. XI, Nr. 5, (1.3.) 1939.



Abb. 2: Cover: *Modernes Paar*. In: *Die Dame*, Jg. 57, H. 1, (Oktober) 1929.

NOVOROČNÍ PŘEDSEVZETÍ



BUDU SE
NYNÍ
ŠATIT
JEN VELMI SKROMNĚ



BUDU DOMA DENNĚ
VARIT



A TAKE' OVŠEM
UKLÍZET



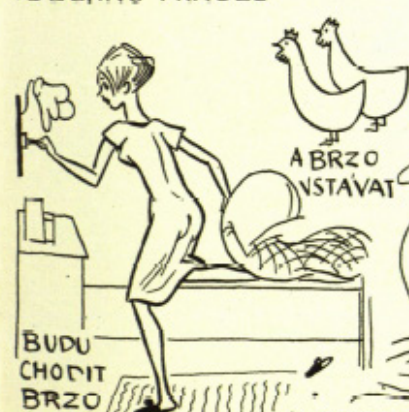
BUDU
SPRAYOVAT TATÍNKOVI
VŠECHNO PRA'DLO



ZAČNU SE TAKE' NEČO
SERIOSNÍHO UČIT

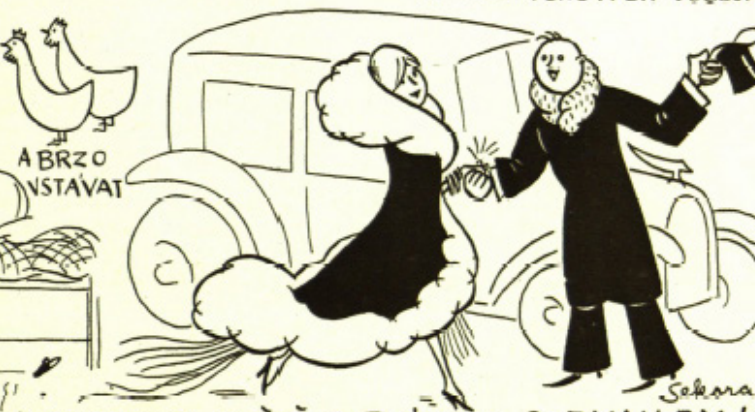


NEBUDU UTRÁČET A TOUŽIT
PO PŘEPYCHOVÝCH VĚCÍCH



ABRZO
VSTÁVAT

BUDU
CHODIT
BRZO
SPAT



ALE DNES SI JEŠTĚ ZAFLÁŽUJU S EMAILÉM !!

Abb. 3: Novoroční předsevzetí. In: Eva, Jg. I, Nr. 4 (1.1.) 1929, S. 9.



Abb. 4: Cover: *Elegante Dame*. In: *Eva*, Jg. VI, Nr. 7, (1.2) 1934.



Abb. 5: Cover: *Die Dame* liest „*Die Dame*“. In: *Die Dame*, Jg. 51, H. 4, (November) 1923.



Abb. 6: *Eva* liest „Eva”. In: *Eva*, Jg. VII., Nr. 12, (15.4.) 1934, S. 3.



Abb. 7: *New York*, von Ludwig Kainer. In: *Die Dame*, Jg. 51, H. 16, (Mai) 1924, S. 4.